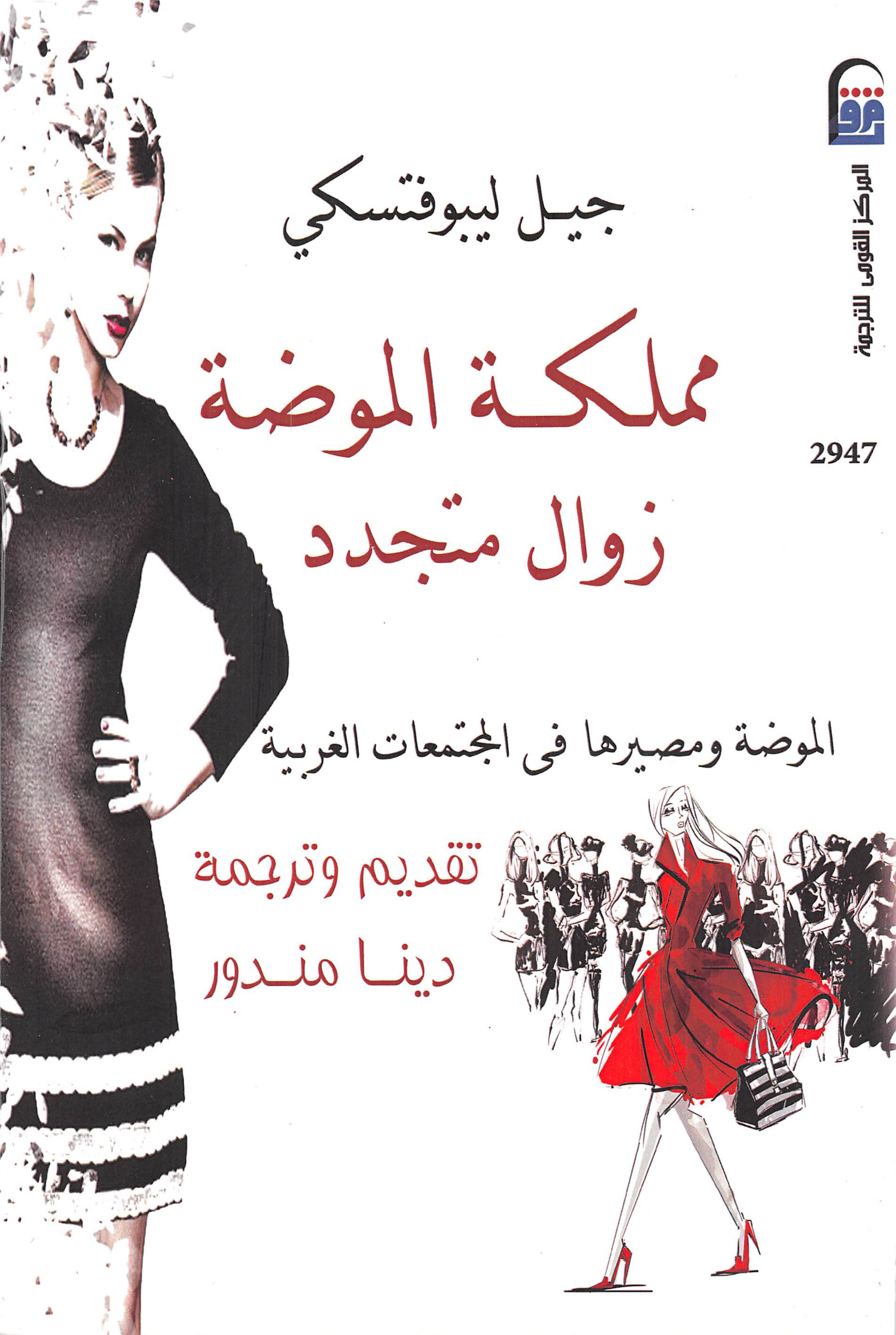
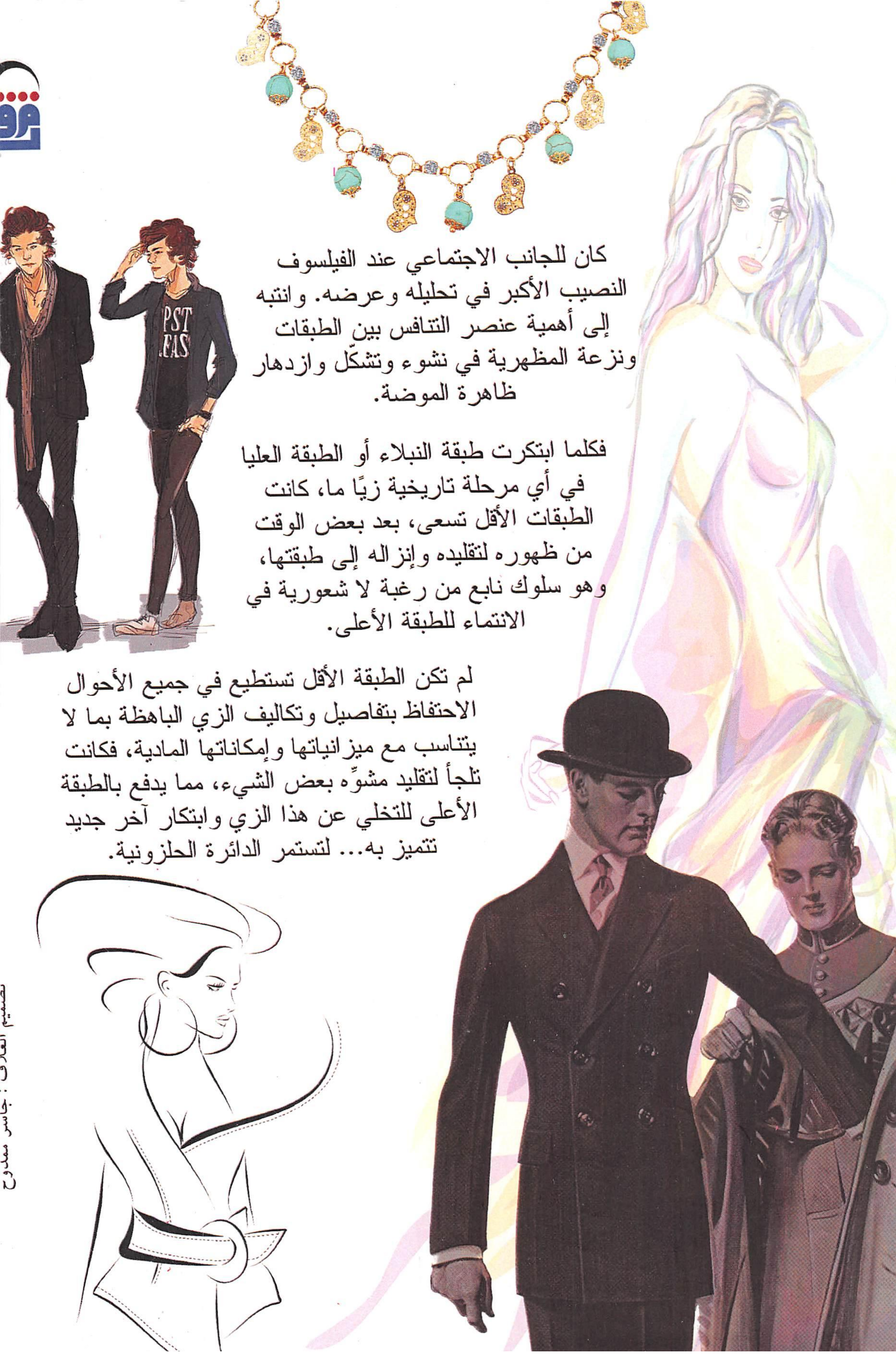

المركز القومى للترجمة
جيل ليبوفتسكي
مملكة الموضة
2947
زوال متجدد
الموضة ومصيرها فى المجتمعات الغربية
تقديم وترجمة
دينا مندور



كان للجانب الاجتماعي عند الفيلسوف النصيب الأكبر في تحليله وعرضه. وانتبه إلى أهمية عنصر التنافس بين الطبقات ونزعة المظهرية في نشوء وتشكّل وازدهار ظاهرة الموضة.

فكلما ابتكرت طبقة النبلاء أو الطبقة العليا في أي مرحلة تاريخية زيًا ما، كانت الطبقات الأقل تسعى، بعد بعض الوقت من ظهوره لتقليده وإنزاله إلى طبقتها، وهو سلوك نابع من رغبة لا شعورية في الانتماء للطبقة الأعلى.

لم تكن الطبقة الأقل تستطيع في جميع الأحوال الاحتفاظ بتفاصيل وتكاليف الزي الباهظة بما لا يتناسب مع ميزانياتها وإمكاناتها المادية، فكانت تلجأ لتقليد مشوّه بعض الشيء، مما يدفع بالطبقة الأعلى للتخلي عن هذا الزي وابتكار آخر جديد تتميز به... لتستمر الدائرة الحلزونية.

تصميم الغلاف: جاسر ممدوح

مملكــة المــوضــة زوال متجدد

المركز القومى للترجمة
تأسس فى أكتوبر ٢٠٠٦ تحت إشراف: جابر عصفور
مدير المركز: أنور مغيث

- العدد: 2947
- مملكة الموضة: زوال متجدد (الموضة ومصيرها فى المجتمعات الغربية)
- جيل ليبوفتسكى
- دينا مندور
- الطبعة الأولى 2017

هذه ترجمة كتاب:
L'empire de l'éphémère
La mode et son destin dans les sociétiés modernes
Par: Gilles Lipovetsky

شارع الجبلاية بالأوبرا- الجزيرة- القاهرة. ت: ٢٧٣٥٤٥٢٤ فاكس: ٢٧٣٥٤٥٥٤
El Gabalaya St. Opera House, El Gezira, Cairo.
E-mail: nctegypt@nctegypt.org Tel: 27354524 Fax: 27354554

مملكة الموضة: زوال متجدد

الموضة ومصيرها فى المجتمعات الغربية

تــــأليف : جيـــــل ليبوفتـــــسكى
ترجمـــة : دينــــــا منـــــــدور



2017

بطاقة الفهرسة
إعداد الهيئة العامة لدار الكتب والوثائق القومية
إدارة الشئون الفنية

ليبوفتسكي، جيل.
مملكة الموضة: زوال متجدد: الموضة ومصيرها في المجتمعات الغربية/
تأليف: جيل ليبوفتسكي؛ ترجمة: دينا مندور.
ط ١ – القاهرة : المركز القومي للترجمة، ٢٠١٧
٢٩٢ ص، ٢٤ سم
١- الموضة – تاريخ
٢- الموضة
(أ) مندور، دينا (مترجم)
(ب) العنوان ٧٤٦،٩٢٠٩

رقم الإيداع ٢٣٣٦٢ / ٢٠١٧
الترقيم الدولي: I.S.B.N - 978 - 977-92-0965-4
طبع بالهيئة العامة لشئون المطابع الأميرية

المحتويات

II

الجزء الثاني: الموضة المكتملة

تقديم المترجمة

ما الذي يدفع فيلسوفًا ذائع الصيت وعالم اجتماع مرموقًا مثل، جيل ليبوفتسكي إلى الحديث والاهتمام بأمر مثل الموضة، يبدو للكثيرين كموضوع "ثانوي" أو عنصر رفاهية بحت تتمتع به الإنسانية؟

كان ذلك السؤال هو أول ما شغلني عند التعرض لترجمة هذا الكتاب، ومع معرفتي بالفيلسوف من خلال ترجمتي لكتابه "المرأة الثالثة" الذي سبق أن صدرت ترجمته عن المركز القومي للترجمة في عام ٢٠١٢، لم أندهش كثيرًا وإنما انشغلت بالبحث عن الأسباب.

اشتهر ليبوفتسكي بالحديث عن سلوكيات الإنسان، في مجتمع ما بعد الحداثة، أو بما أسماه مجتمع "الحداثة المفرطة" عبر الاهتمام بموضوعات تجلت في كتبه السابقة مثل "زمن العدم" (١٩٨٣)، أو اللاحقة مثل "مجتمعات الإخفاق" (٢٠٠٦)، "السعادة المفارقة" (٢٠٠٦)، و"تجميل العالم" (٢٠١٣) وصولًا لآخر كتبه "عن الخفة" (٢٠١٥).

حين التفت إلى موضوع الموضة، كان حريًا به أن ينظر إلى نشأة الظاهرة بطرق جميع الأبواب المؤدية إليها، أو بمعنى أدق، المحيطة بها، فكانت البداية البديهية هي النظر في البعد التاريخي، والذي بذل فيه مجهودًا ضخمًا وملحوظًا بجمع مادة دقيقة عن الطبقات الاجتماعية وأزيائها وأفكارها إزاء الملبس والمظهر، دون إغفال الجماعات محدودة الانتشار في أماكن متفرقة من العالم؛ متناولًا تفاصيل مظهرها مرورًا بمرجعيات الزي الثقافية وفقًا لعادات تلك الجماعات وتقاليدها، وصولًا لأسباب تغير نمط الزي وأسبابه هو الآخر.

كان للجانب الاجتماعي عنده، بصفته عالم اجتماع في الأساس، النصيب الأكبر في تحليله وعرضه. انتبه خصوصًا إلى أهمية عنصر التنافس بين الطبقات ونزعة المظهرية في نشوء وتشكّل وازدهار ظاهرة الموضة. فكلما ابتكرت طبقة النبلاء أو الطبقة العليا في أي مرحلة تاريخية زيًا ما، كانت الطبقات الأقل تسعى، بعد بعض الوقت من ظهوره، لتقليده واستنزاله

إلى طبقتها، وهو السلوك النابع من رغبة لاشعورية في الانتماء للطبقة الأعلى. بالطبع لم تكن الطبقة الأقل تستطيع في جميع الأحوال الاحتفاظ بتفاصيل وتكاليف الزي الباهظة بما لا يتناسب مع ميزانياتها وإمكانياتها المادية، فكانت تلجأ لتقليد مشوَّه بعض الشيء، مما يدفع بالطبقة الأعلى للتخلي عن الزي وابتكار آخر جديد تتميز به... لتستمر الدائرة الحلزونية.

لم يتوقف الفيلسوف عند البعد التاريخي والاجتماعي، وانتقل إلى مناطق أكثر إثارة في تاريخ الموضة، مثل نشوء الماركات العالمية وكيف استطاعت أن تجذب في ركابها، رغم الأثمان الباهظة لأزيائها، عددًا متزايدًا من الزبائن والمهتمين بها. لم تلبث تلك الماركات أن ووجهت بصناعة الملابس الجاهزة التي انتشرت في جميع أركان العالم بشكل سريع، وكانت تحاكي تصميمات الأزياء الراقية والماركات العالمية مع الاستغناء عن بعض التفاصيل، هنا يوضح لنا الكاتب كيف تطور هذا الصراع وكيف تم حسمه.

ومع كون المؤلف لا ينتمي لعلماء الاقتصاد فإنه لم يستثنِ البعد الاقتصادي من عرضه بل أفرد له صفحات عديدة، فنلاحظ جهدًا لافتًا يقف خلف الأرقام والإحصائيات المختلفة والمتنوعة التي تدعم نظرياته وتفسر فرضياته، فكان كل فصل وكل فقرة مدعمّة بما يمكن أن يقنعنا كقراء بمراحل تطور مسيرة الملبس.

لم يغفل الكاتب الموضات الحديثة التي قلبت الموازين، وفرضها الشباب في العصر الحديث على بيوت الأزياء بميولهم للتحرر والنزعة العملية والتخفف من قيود ومعايير الزي القديم، مسترشدًا بالأسماء والتواريخ المحددة، ومعبرًا عن أسلوب حياة ونمط تفكير أجيال استطاعت فرض ذائقتها على خريطة الموضة.

المدهش في الكتاب، أنه لا يتوقف عند نمو الموضة وتطورها في مجال المظهر فقط، بل ينتقل بنا إلى الحديث عن موضة الأجهزة والأدوات التي تستخدمها العائلات في البيوت والحياة اليومية، لنجد أنفسنا نعبُر معه فوق جسر منطقي يربط بين ذوق الإنسان المعاصر في الزي وفي باقي تفاصيل حياته اليومية؛ لنكتشف مبررات وجيهة تحكم الاختيارات في جميع المجالات.

يتميز أسلوب الكاتب بالصعوبة، كعادة الفلاسفة، في تركيب العبارة واختيار المصطلحات، فينطبق عليه ما يقوله معظم النقاد: "يستخدم أسلوبًا دقيقًا ومركبًا في الحديث عن أشياء بسيطة" إلا أنها وإن بدت بسيطة في ظاهرها فهي معقدة في عمقها، كما أن رحلة التفكير الفلسفي هي ما تستوجب هذه الصعوبة الأسلوبية. لذا، لم تكن ترجمة الكتاب بالأمر الهين، خصوصًا وأنه ينتقل بين مستويين في الكتابة: مستوى التنظير، ومستوى السرد التفصيلي لأسماء وتواريخ وغير ذلك، فكان من الضروري المحافظة على المستويين في لغة الترجمة أي اللغة العربية.

تعتبر ترجمة كتاب "مملكة الموضة" الخطوة الثانية بالنسبة لي في مسيرة نقل فكر هذا الكاتب إلى العربية، بعد ترجمتي لكتابه "المرأة الثالثة"، أول كتاب يترجم للمؤلف إلى اللغة العربية، قناعة مني بأهمية أن تشتمل المكتبة العربية على كتاباته؛ لما لها من خصوصية على مستوى الموضوع والأسلوب، ولافتقاد المكتبة العربية لمثل تلك الموضوعات بهذا العمق في التناول. كما يرى ليبوفتسكي أن المكتبة الأوروبية أيضًا لا يوجد بها كتابات كافية في موضوع الموضة منذ كتاب رولان بارت الشهير "نظام الموضة" (١٩٦٧) الذي لم يتناول كل جوانب الموضوع كما فعل ليبوفتسكي، غير أنه اعتمد على كتاب بارت كمرجع في بعض أجزاء كتابنا.

العنوان الأصلي للكتاب هو

L'Empire de L'Ephémère

, La mode et son destin dans les sociétés modernes

أي: مملكة الزائل، الموضة ومصيرها في المجتمعات الحديثة، إلا أننا عند الترجمة آثرنا تفضيل لفظ الموضة في العنوان الرئيسي؛ لكونه هو الموضوع الأساسي، مع الاحتفاظ بصفة الزوال الغرائبية التي تعد مصدر الدهشة في محتويات الكتاب في السطر اللاحق. وما يقصده ليبوفتسكي بالزوال هو الخسوف الذي يلحق بظهور موضة ما، ويعقبه شروق جديد لموضة أخرى، إذن، فهو زوال يتجدد.

من هنا يتضح لنا أن اهتمام الكاتب بموضوع الموضة نابع من قناعته بضرورة سبر أغوار ماضيها وتاريخها؛ بهدف فهم الرسم البياني المتذبذب لمسيرتها وما شهدته من تقطعات عبر مسيرتها، وللتأكيد على كونها لا تتميز بالخفة التي يعتقدها الكثيرون، بل يتحكم فيها ويحركها أطراف عدة ومسارات تتجاور أحيانًا وتتقاطع أحيانًا أخرى، مثلها مثل ظواهر أخرى تؤخذ على محمل الجد ربما أكثر منها.

لم يمر الكتاب عند ظهوره في فرنسا مرور الكرام، بل حظي باهتمام كبير من قبل المهتمين والمشتغلين بالموضة، فاعتبر كمرجع فريد في الأبحاث المنصبّة على الموضوع. كذلك حقق الكتاب مبيعات مرتفعة وطبع طبعات عديدة، منها طبعات شعبيّة، وهو ما يثبت اهتمام القارئ العادي به، وربما يرجع ذلك إلى ما بالكتاب من تفسيرات مثيرة لسلوك الإنسان العادي وما يولي من اهتمام بمظهره دون أن يتوقف أمامه بالتساؤل.

في النهاية... أتوجه بالشكر للمركز القومي للترجمة لحماسه لإصدار هذه الترجمة، وتركيزه على الموضوعات التي تتطلب جرأة التصدي والنشر.

وأخص بالشكر مركز إكلا في مدينة بوردو الفرنسية لاستضافته لي بعد إجراء مسابقة تقدمت لها، بغرض التفرغ لهذه الترجمة وتوفير الظروف الملائمة لإنجازها.

Remerciement

La traductrice remercie, sincèrement, *ECLA*, pour l'accueil chaleureux, et le soutien fournie pour l'achèvement de cette traduction.

القاهرة / مارس ٢٠١٦

دينا مندور

تقديم

لا تمثل الموضة جنونًا ثقافيًا، إنما هي ظاهرة تستحق التوقف عندها؛ فعلى الرغم من أنها لم تتوقف عن تسريع شرعنتها العابرة، وعن غزو فضاءات جديدة، وعن ضمّ الطبقات الاجتماعية كافة والأعمار المختلفة إلى مدارها، فإنها لم تبال بمن لديهم قناعة بإبراز مرونة المجتمعات الحديثة وتفعيلاتها. احتفت المعارض والمتاحف بالموضة، وانشغل بها المثقفون الحقيقيون في غرفهم المغلقة؛ كانت في كل مكان، في الشارع والصناعة ووسائل الإعلام، إلا أنها غابت إلى حد كبير عن التساؤلات النظرية للعقول المفكّرة. كانت تعد بالنسبة لهم فضاءً دونيًا، على المستوى الأنطولوجي والاجتماعي، غير جدير بالاستقصاء الإشكاليّ، وموضوعًا سطحيًا من شأنه أن يُحبِط المَدخَل المفاهيميّ.

تثير الموضة رد الفعل النقدى قبل الدراسة الموضوعية، ونستدعيها بهدف الانتقاد، في الأساس، ونحدد أبعادها، كي نستنكر غباء البشر وأفعالهم النزقة: تمثل الموضة الآخرين دائمًا. نجدها في الأعمدة الصحفية اليومية، في إطار المفهوم التاريخى والاجتماعى لهذه الظاهرة. هناك عدد هائل من المجلات التى تستجيب لصمت المثقفين، ويتميز المجتمع العلمى " بنسيان الكينونة " أقل من "نسيان الموضة" كنوع من الحيل الجديدة المفتعلة فى بناء وهيكلة الديمقراطيات.

كثيرة هي -في الواقع- الأعمال التي خصصت لها، وهناك قصص عن الأزياء، إلى جانب الدراسات الدقيقة عن الحرف وعن المصممين، وإحصائيات عن الإنتاج والاستهلاك والدراسات التاريخية والاجتماعية حول الأذواق والأنماط. إنها ثروة ببليوجرافية وتصويرية، لكنها مع ذلك، يجب ألا تخفي أزمة عامة عميقة، لا إرادية إلى حد كبير، تتمثل فى الفهم العالمى لهذه الظاهرة.

حالة فريدة من نوعها تقريبًا في عالم التفكير النسبي، فهي مسألة لا تطرح معركة إشكالية حقيقية ولا خلافًا نظريًا رئيسًا. كما أنها القضية التي، في الواقع، تجمع تقريبًا بين كل العقول. لقرن من الزمان؛ ظل عالم الموضة مستقرًا، بدون معارك أساسية فى العروض، بل اجتمعت الأفكار حول عقيدة مشتركة هى أن تنوع الأزياء يجد مكانه مع وجود المنافسة بين طبقات المجتمع المختلفة. هذا الإجماع، وفقًا لأصحاب النظريات، يفسّر وجود الفروق الدقيقة والطفيفة، ولكن مع بعض الاختلافات، يأتى تفسير منطق الموضة ومظاهره المختلفة التى تعتمد على الظواهر الاستراتيجية والدنيوية للطبقات الاجتماعية. أصبحت الموضة مشكلة تخلو من العواطف والقضايا النظرية، بل إنها مشكلة زائفة، حيث إن الإجابات والأسباب معروفة مسبقًا، ولم ينجح هذا العالم الخيالى المتقلب إلا فى أن يسبب فقر ورتابة الفكرة.

يجب أن نعيد إحياء التساؤل حول الموضة، كونها ظاهرة غير مجدية، قصيرة الأجل، "متناقضة" بالطبع، ولكن، قبل ذلك، يجب أن تحفز العقل. هل هذه الظاهرة الإنسانية بغموضها وغرابتها، وأصالتها التاريخية قادرة على احتلال مكان فى تاريخ البشرية؟ ولماذا يحدث ذلك في الغرب وليس في مكان آخر؟ كيف يمكن لعصر هيمنة التقنية والتقدم العالمى أن يكون على حد سواء عصر الموضة اللا معقولة؟ كيف نحلل ونفسر هذه التحولات السطحية داخل نظام دائم؟ لأنها أخذت مكانها داخل حياة المجتمعات، لا يمكن الحديث عن الأزياء من مجرد مظهرها والإعجاب بها، لأنها أصبحت مؤسسة استثنائية وسمة للواقع الاجتماعي التاريخي للغرب والحداثة ذاتها. من هذا المنظور، لا تدل الأزياء على طموحات الطبقة بقدر ما تدل على عالم التقاليد، فهو واحد من تلك المرايا التي نرى من خلالها المصير التاريخي الأكثر تفردًا: إنكار قوة الماضي التقليدي، حمى الابتكارات الحديثة، والاحتفاء بالحاضر الاجتماعي.

إن نمط التمييز الاجتماعي الذي فرض نفسه بوصفه المدخل الرئيسي للموضة، سواء في مجال الزي أو في أدوات الثقافة الحديثة، لا يقدم التفسير الأساسي لها: إنه منطق التقلب، والتغيرات التنظيمية الرئيسة وجمالياتها. هذه الفكرة هي الأساس فى إعادة تفسير كل ما تقدم. بالعودة إلى نظرية التمييز الاجتماعي، وهي المحرك الرئيسي للموضة وتأثيرها فورى

ومعتاد، فقد ظلت حبيسة الفعاليات الاجتماعية وهي في الأصل واحدة من الوظائف الاجتماعية للأزياء. هذا الاستيعاب للمهمة الرئيسية للموضة هو ببساطة المبدأ الذي يتسم به علم تفسير الأنساب وتحولات الموضة في الغرب. ولقد أصبحت مشكلة التمييز تمثل عقبة أمام فهم تاريخ هذه الظاهرة، وهي عقبة مصحوبة بمجموعة من المفاهيم القادرة على إخفاء فقر الأفكار. ثم تأتي نظرية أخرى لتفرض نفسها، فقد حان الوقت لظهور تحليلات لأزياء طبقات المجتمع، تميز بينها. نظرية معارضة لإمبريالية الأشكال التى ترمز للصراع الطبقي. ففي تاريخ الموضة، القيم والمفاهيم الثقافية الحديثة التي تعبر عن الجديد وعن شخصية الإنسان، هى التي لعبت دورًا أساسيًا فى ظهور الموضة فى أواخر العصور الوسطى، فقد ساهمت فى التخطيط للمراحل الرئيسية في مسارها التاريخي.

سنقرأ تاريخ الأزياء، المفاهيم والإشكاليات، التي تسيطر عليها، لا من أجل فحص مضمونها الذي لا ينضب، ولكن من أجل التفسير العام لهذه الظاهرة وتحولاتها على المدى الطويل. لا يوجد تاريخ زمني للأنماط وللمناسبات الأنيقة، ولكن هناك اللحظات العظيمة والأحداث الكبيرة والنقاط التنظيمية والجمالية والمناسبات الاجتماعية التي تحكم مسار الموضة منذ قرون. اخترنا هذا الموضوع عمدًا للوصول إلى توضيح شامل يجعلنا نتعرف على المعنى العام للاقتصاد العميق المحرك للموضة. إن لهذا الكتاب هدفًا مزدوجًا: أولاً، فهم ظهور الموضة في أواخر العصور الوسطى والخطوط الرئيسية لتطورها في فترة طويلة؛ لتجنب تعميم الحالة النفسية تجاهها، مع سوء الفهم التاريخي، وكي لا نقع في فخ القاعدة العريضة، متعددة الأوجه، والمصطنعة غالبًا، لذا فضّلنا التمسك بموضوع متجانس نسبيًا، إلا أن الظاهرة الأكثر أهمية في الملابس والزينة، هي النموذج الأصلي للزي. ثانيًا: فهم الأزياء فى المجتمعات المعاصرة، المركز الذي تحتله فى الديمقراطيات التى تلتزم بمسار الاستهلاك والاتصال الجماهيرى. الدافع وراء تحرير هذا الكتاب هو الانتشار غير العادى للأزياء، انتشار الزي النمطى فى أماكن أخرى، ظهور مجتمع يشكل من جديد مندفع وراء موضة جديدة سريعة الزوال. الجزء الأول من الكتاب: يقدم المعنى الدقيق "للموضة" ويغطى أكثر من ستة قرون من التاريخ. الجزء الثانى: يحلل الموضة من خلال الشبكات المتعددة، الوحدات الصناعية فى وسائل الإعلام والثقافة، الإعلانات وأبواب المجتمع، ويغطى فترة

تاريخية قصيرة، هى مرحلة المجتمعات الديمقراطية التي تحولت إلى الإنتاج الاستهلاكي ووسائل الاتصال الجماهيرية.مع الاختلاف في التناول والبحث في الزمن التاريخي الذي تبرره المكانة الجديدة للاستراتيجية العالية، التي تحتلها الموضة حاليًا في أداء المجتمعات الليبرالية، لم تعد الأزياء متعة جمالية، أو ديكورًا للحياة الجماعية، لكنها حجر الزاوية. لقد أكملت الموضة، هيكليًا، سباقها التاريخي، ووصلت إلى أوج قوتها، فقد تمكنت من إعادة تشكيل المجتمع كله في صورتها: كانت هامشية، وأصبحت الآن المهيمنة، هذه الصفحات تسلّط الضوء على هذا الصعود التاريخي للموضة، وتشمل النشأة، والخطوات، وذروة إمبراطوريتها. ومن ثم سيطرت الموضة على مجتمعاتنا، وأصبحت إغراءاتها وتغيرها السريع، في أقل من نصف قرن، من مبادئ تنظيم الحياة الاجتماعية الحديثة، فنحن نعيش في مجتمعات تافهة، الحلقة الأخيرة في مغامرة الرأسمالية – الديمقراطية – الفردية. هل يجب أن ننزعج من ذلك؟ أيعد ذلك مقدمة لتراجع بطيء للغرب؟ هل يجب أن نعترف بإشارات سقوط النموذج الديمقراطى؟ لا شيء أكثر شيوعًا، بل أكثر رواجًا، من النظام الجديد للديمقراطيات الخاصة بالظواهر الجماعية الكبيرة التي تحركها المتعة الاستهلاكية، ثقافة اللحظة والرغبة الطفولية، الدعاية، والعرض السياسي. يقال إن سيطرة الإغواء تؤدي إلى تدمير الثقافة وشيوع السطحية على نطاق واسع وإلى انهيار المواطن الحر والمسئول، أما رثاء الموضة فهو الشيء الوحيد المشترك. ونحن لم نستمع لصفارات الإنذار، فهى تفسير معاكس ومتناقض مع العالم الحديث الذى نقترحه هنا، كاشفًا، ما وراء "تجاوزات" الموضة وعن قوتها الإيجابية، على حد سواء تجاه المؤسسات الديمقراطية وجهًا لوجه مع استقلالية الضمائر. لم تكف الموضة عن مفاجأتنا لأسباب عدة غير حيويتها المعروفة. فهى تبدو أساسًا عاملًا ممتازًا لفردية وتوطيد دعائم المجتمعات الليبرالية. بالتأكيد الاتجاه الجديد يجلب ما يكفي من المخاوف: المجتمع الذي تخطط له بعيد تماما عن النموذج الديمقراطي ويفشل، في أفضل الظروف، في معالجة الناتج عن الركود الاقتصادي. من ناحية، عدم اهتمام المواطنين بالشأن العام، واللامبالاة بتحقيق مكاسب سياسية وسلوك الناخب الذي يستعد ليتلاءم مع المستهلك. من ناحية أخرى، أفراد المجتمع ذاتهم، لا يرغبون في النظر إلى المصلحة العامة، فى التخلي عن الامتيازات المكتسبة، وبناء المستقبل يميل إلى التضحية بالقناعات الفئوية

والفردية فى الوقت الحاضر. كل هذه السلوكيات الإشكالية حول قوة الـروح الديمقراطيـة، حـول قـدرة مجتمعاتنـا لاسـتعادة قوتهـا، والتعـافى فى الوقـت المناسـب، للفـوز فى حـرب الأسواق الجديدة.

كل هذه العيوب معروفة جيدًا، وقد تم تحليلها على نطـاق واسـع. هـذه هـي القـوى المستقبلية للديمقراطيات. باختصار، الديمقراطيات الضعيفة لا تخلو من الأسـلحة لمواجهـة المستقبل فلديهم الآن موارد لا تقدر بثمن وهي موارد بشرية مرنة بقـدر لا نتوقعـه إذ تخلـت عن رؤى العالم الثورية-المانوية بعد استيعاب شرعيـة التغيـير، تحـت حكـم الموضـة، تحظـى الـديمقراطيات بتوافـق آراء عـالمى حـول مؤسـساتها الـسياسية، وتراجـع الأيـديولوجيات المتطرفة لصالح البراجماتية. هل ينبغى لنا أن نهمل هذه العوامل من التماسك الاجتماعي؟ قوة المؤسسات و"واقعية الحداثة"؟ أيًا كانت التوترات الاجتماعية واشتباكات المـصالح الخاصـة التي تعوق عملية التحديث، فهى جارية وسريعة، ولا تلغي المطالبات والدفاع عن المـصالح الفردية، بل تجعلهم أكثر قابلية للتسويق. لا تزال تعارض المصالح الخاصة، الأنانية موجودة، ولكن يمكن التغلب عليها، ذلك أنهـا لا تهـدد الاسـتمرارية والنظـام الجمهـوري. نحـن لا نشارك وجهة نظر بعض المراقبين حول مستقبل الدول الأوروبية، هـذه الـصفحات مكتوبـة لطرح فكرة أن تاريخنا لم يكن مصطنعًا والنظام الذى فرضته الموضة على المدى الطويل يمثـل فرصة للديمقراطيات، ونتج عنها حركات متطرفة وتغيير بطريقة أو بـأخرى، أدى إلى تحـول دائم، مع الأخذ في الاعتبارالواقع القومي والاقتصاد الدولى. المفارقـات الأولى فى مجتمعاتنـا أنه كلما انتشر الإغواء، زاد الـوعي بالحقيقـة؛ ومـع التوعيـة وإعـادة التأهيـل تنتـصر الـروح الاقتصادية؛ وكلما استقرت الديمقراطيات زاد التوفيق بين مبادئها التعددية. حتى إذا كانـت غير قابلة للقياس الكمى، إنها قادرة على بناء المستقبل. وبطبيعة الحال، على مـستوى التـاريخ القريب، المعطيات لا تشجع، فكل شيء لن يحـدث فى يـوم واحـد، بـدون الجهـد الجماعـى، بدون التوترات الاجتماعية، بدون الإرادة الـسياسية، ولكـن فى عـصر إعـادة البنـاء، أصـبح التـاريخ مفتوحًـا أكثـر مـن أى وقـت مـضى، وغلبـت الحداثـة الـشرعية الاجتماعيـة مثـل ديناميكيات استعادة أمتنا، وهي الأكثر احتمالًا من المحـو البطـيء. دعونـا نقـرأ المـستقبل في ضوء المعلومات المتاحـة في الوقـت الحـاضر، وغوايـة الجديـد، بالتـسامح، وتـداول الآراء،

لمواجهة تحديات المستقبل، إذا تعاملنا مع هذا المنحدر بشكل جيد. الوقت صعب، لكن ليس ميئوسًا منه، ووعود مجتمع الموضة لن تعطى ثمارها فورًا، ويجب منحه الوقت الكافى ليؤدى عمله. على المدى القصير، لا نرى إلا ارتفاع نسبة البطالة، عدم استقرار العمالة، انخفاض النمو، ركود الاقتصاد، نظرات ثابتة فى الأفق، أسباب الأمل لا تخطئ تمامًا. محطة الموضة ليست هي طريق العدم، وتحليلها يؤدي إلى مراجعة مزدوجة لمصيرنا، التشاؤم من الحاضر والتفاؤل بالمستقبل.

في مجال الحياة العامة، زادت حدة الهجوم على الموضة. من خلال تحليل ثقافة الإعلام باعتبارها آلة مدمرة للعقل، مؤسسة شمولية للقضاء على استقلالية الفكر، اتحد المثقفون فى كتلة واحدة لإدانة ديكتاتورية الاستهلاك، الصناعات الثقافية المخزية. منذ الأربعينيات، هاجم كل من أدورنو وهوركهايمر، سياسة دمج الثقافات، الإعلانات والترفيه الصناعى السلطوى الذي يؤدى إلى الفكر الموحد؛ ودار الجدل حول موضوع واحد هو إمكانية خلق عقل جديد يواكب روح الحضارة الحديثة والعصور الحديثة. فى وقت لاحق، وصف هابرماس وسائل الإعلام جاهزة للاستهلاك كواحدة من أدوات الحد من الاستخدامات الحرجة للعقل. جى. ديبور يدين "الوعي الزائف "، والاغتراب المنتشر والناجم عن الثقافة الزائفة. حتى اليوم، عندما انتهى عصر الفكر الماركسي والثوري، بدأت وسائل الإعلام الهجوم مرة أخرى على الموضة أكثر من أى وقت مضى، وبدلًا عن كارت جوكر ماركس تم استخدام كارت مارتن هايدجر، ولم يثر الجدل حول السلعة، أو الاغتراب، بل تأمل السيطرة على هذه التقنية، "الإنكار الذاتى للحياة"، انحلال "الحياة مع الروح". انتبهوا إذًا لمحنة الحداثة الهائلة، فنحن محكوم علينا بأن نشهد تدهور وسائل الإعلام، وهي نوع من الشمولية التى استقرت بسلاسة في الديمقراطيات، وتمكنت من زرع الكراهية للثقافة، وتعميم الانحدار والتشوش الذهني، لقد دخلنا في "الهمجية" الجرس الأخير للفلاسفة المعارضين للحداثة. قد نعترض على الموضة، لكن لا يمنع ذلك من السير فى أعقابها، إنها المزايدة المفاهيمية. لا شيء يجدي، فلم تختف الأحقاد، وستبقى الموضة كما هى، جزء لا ينفصل عن الروح الفكرية الجميلة.

هناك إجماع نقدي حاسم تثيره إمبراطورية الأزياء ولكنه عرضي، متجذر بعمق في الفكر الفلسفى ذاته. منذ أفلاطون، ونحن نعلم أن ألعاب خيال الظل في مغارة الوجود تقف في طريق الحق، الإغواء والفكر السريع يقيدان العقل، فهي العلامات التى تأسر الرجال. نقطة الخلاص الفكرى في عالم متقلب وسطحى، إنه النموذج الذي لا يزال يشن الهجمات ضد عهد الموضة: الترفيه السهل، تسريب الصور، وجاذبية وسائل الإعلام يمكنها فقط برمجة العقول، والسيطرة عليها؛ الاستهلاك سطحي، يعيد الجماهير إلى الطفولة، والعنف يضع حدًا للعقل، والصناعات الثقافية أصبحت نمطية. الانطلاق وراء الشعور يؤدى إلى رؤوس فارغة، على أي حال، إنها السطحية، دون أن نشك لثانية واحدة أن الآثار الفردية والاجتماعية يمكن أن تكون مخالفة لمظاهر الحقيقة التاريخية لعصر من الإغراء المعمم. في أعقاب ماركس أو هايدجر، ظل رجال الدين ورعاة الأخلاق، سجناء الظواهر، غير قادرين على الاقتراب بأي شكل من الأشكال من العمل الفعلي للأزياء. وهذا هو أعظم درس تاريخي عن الموضة والأكثر إثارة للاهتمام على نقيض الأفلاطونية، يجب علينا أن نفهم أن الإغواء اليوم هو الذى يحد من اللامعقول، الخيال يعزز الوصول إلى الحقيقة، والسطحية تسمح بزيادة استخدام العقل، المشهد الاستعراضى هو نقطة الانطلاق نحو الحكم الموضوعى. الشكل النهائى للموضة لا يلبى ميول الجماهير، فهو عامل غامض لكنه فعال لاستقلال البشر، حتى لو كان ذلك من خلال الثقافة الجماهيرية. قمة المفارقات لما يسمى أحيانًا ما بعد الحداثة، استقلال ذاتى ينمو موازيًا لإمبراطورية التخلص من البيروقراطية، كلما زاد الإغراء التافه، زادت الأضواء، وإن كان بأسلوب متناقض. في الوقت القريب، العملية ليست واضحة، مادامت الآثار السلبية للأزياء حادة، فإنه لا يصل إلى حقيقة نفسه إلا بالمقارنة على المدى الطويل مع العصور السابقة بتقاليدها، انتشار العنصرية والدينية، التعليم الديني والأيديولوجي. لا بد لنا من إعادة تفسير نهاية عصر عقيم استهلاكى للتفاهات والاتصالات الهزلية المجنونة، من خلال منتقديها من اليمين واليسار: لا يمكن تصنيف الأزياء في إطار الشمولية، لأنها تتيح، بدلا عن ذلك، بالتوسع في الاستجواب العام، تمكينًا أكبر للأفكار والوجود الذاتى، بل هى تمثل الديناميكية الفردية بمظاهرها المختلفة. فى

عمل سابق، حاولنا تحديد التحولات المعاصرة للنزعة الفردية، وحاولنا هنا أن نفهم ما هي الطرق، وبأى آليات اجتماعية، دخلت قضية التفرد الجولة الثانية من مسارها التاريخي.

لا نجد كلمة توضح فكرة التاريخ المعنى بتحليل الموضة فى المرحلة النهائية للديمقراطيات. فمن الواضح أننا وصلنا إلى الكثير من القضايا الفلسفية "العقل الماكر" "الفكر" الجماعى وعكسه، الترفيه، الاستقلال الذاتى للأفراد يتطور من خلال الإغواء، "حكمة" الأمم الحديثة تلائم البدع الحمقاء السطحية. بالتأكيد ليس مثل اللعبة الكلاسيكية لفوضى المشاعر الأنانية فى تحقيق المدينة العقلانية، ولكنه نموذج يعادل دور الإغراء في تطوير الذوات المستقلة، ودور التافه فى تطوير الوعي النقدي، الواقعي والمتسامح. ولكن هنا ينتهي دورنا مع نظريات المكر والعقل. ونتمسك هنا بديناميات الديمقراطيات المعاصرة الصارمة، ولا نقدم أي مفهوم عام من التاريخ العالمي، كما أنه لا ينطوي على أي إغواء ميتافيزيقي. هناك ملاحظتان لتجنب سوء الفهم. أولًا، الأزياء التى نقوم بتحليلها ليست متناقضة مع "العقلانية"، الإغراء بالفعل في حد ذاته، جزء منها، المنطق العقلاني المتكامل والتكنولوجيا والمعلومات، فريدة من نوعها في العالم المعاصر. الرؤية الجدلية للحداثة تؤكد الأداء التدريجي للعقلانية العالمية من قبل حركة مضادة ذات توجهات خاصة، ولكن قوة الحكم الذاتي للمجتمع مرتبة حسب الموضة، فتعمل على العقلانية والرعونة، حيث يتم التوفيق بين الهيمنة التقنية والترفيه وبين السلطة السياسية مع الإغراء. ثانيا، نحن لا نلتزم تماما بفكرة الضمائر التقدمية، فى الواقع التنوير قادم، مختلطًا مع نقيضه، والتفاؤل التاريخي ينطوي على تحليل الموضة في حدود ضيقة. الاستقلال في الفكر ينمو مع المزيد من الرعونة، والتسامح مصحوب باللامبالاة والاسترخاء مع قليل من التفكير، الموضة لا تجد نموذجها المناسب في نظريات الاغتراب أو في تلك "اليد الخفية" المثالية.

على الرغم من الارتباط بنظريات العقل الماكر، فإن هذا النموذج لتطور المجتمعات المعاصرة لا يقلل من شأن المبادرة المدروسة. فبقدر المكانة النهائية للموضة التى تخلق لحظة تاريخية من الوعي المتناقض فى جوهره، فإن عمل الأفراد الواضح، التطوعى والمسئول في حاجة إلى التحرك نحو عالم حر ومطلع أكثر من أي وقت مضى. الموضة تنتج الأفضل

والأسوأ كل أربع وعشرين ساعة والأمر متروك لنا لمحاربة الخرافات، أينما كنا، والحد من الآثار الضارة للتشويه، وتهيئة الظروف لإجراء مناقشة عامة أكثر انفتاحًا وأكثر حرية، وأكثر موضوعية. للموضة تأثير غامض: وما يتعين علينا القيام به هو العمل على الحد من منحدرها "الظلامى" وزيادة المنحدر "المضيء" بدلا عن محاولة شطب الإغواء مع استخدام إمكاناتها. إذا كان مجال الأزياء يدعم الاستخدامات الحرجة للعقل، فهو يخلط أيضًا بين الاستبعاد وارتباك التفكير: اذن الكثير يحتاج لتصحيح، لتشريع، لانتقاد، لشرح، وحيل الموضة المجنونة لا تلغى الذكاء، مبادرة الافراد الحرة، ومسئولية المجتمع نحو مستقبله. في العصر الديمقراطي الجديد، لن يتم التقدم الجماعي في حرية العقل خارج لعبة الإغواء، وسوف تعززه معايير أخرى، مثل تأثير المدرسة، الأخلاق والشفافية والمعلومات الصحيحة، من خلال الأعمال النظرية والعلمية، من قبل النظام المصحح للقوانين واللوائح. على المدى البطيء، الموضة ليست وحدها على الساحة ومستقبلها لا يزال غير معروف إلى حد كبير: الوضوح هو الذي يفوز دائما، الوهم يولد دائمًا من رماد، والإغواء لا ينجز بشكل كامل العمل الديمقراطي إلا من خلال معرفة تجارب أخرى. على عكس القوالب النمطية التي ندرسها، فإن عصر الموضة يسهم فى انتشال البشر من الظلامية والتعصب، لإنشاء مساحة عامة مفتوحة، لتشكيل إنسانية أكثر التزامًا، أكثر نضجا، أكثر تشككا. الموضة تحيا مع المفارقات: تعزز الوعي مع فقدانها الإدراك ، والجنون يكرس روح التسامح، التقليد الأعمى يدعم التفرد والرعونة مع احترام حقوق الإنسان. في التاريخ الحديث، ندرك أن الموضة هى أسوأ السيناريوهات.

الجزء الأول

هوس المظهر

لم تظهر الموضة في كل العصور ولا في كل الحضارات: هذا المفهوم يعد أساسًا لما سوف يليه من تحليلات. فقد فرضت الموضة نفسها كبداية مميزة في مسيرة التاريخ، في مقابل عالميتها المزعومة، العابرة للتاريخ. وفي مقابل الفكرة القائلة بأن الموضة هي ظاهرة ملازمة للحياة الإنسانية-الاجتماعية، نؤكد كونها سيرورة استثنائية، لا تنفصل عن ميلاد العالم الغربي الحديث وتطوره. وقد انسابت الحياة الجماعية، لقرون عدة، بلا تقديس للفانتازيا أو الابتكارات، وبلا تذبذب أو وقتية زائلة للموضة، دون أن يعني ذلك، حتمًا، أنها لم تشهد تغيرات أو شغفًا وذوقًا متأثرين بما يحدث خارجها. كما لم يكن ممكنًا أن نميز نظامًا خاصًا بالموضة إلا اعتبارًا من نهاية العصور الوسطى، أى الموضة كنظام، بتحولاتها التى لا تتوقف، وتزعزعاتها، وشطحاتها. فأصبح التجديد في الشكل قيمة حضرية، ونشرت الفانتازيا خدعها ومبالغاتها في الطبقات الاجتماعية الراقية. ولم يعد تغير الشكل والزينة استثناءً بل أصبح قاعدة دائمة: وهكذا وُلِدَت الموضة .

ويؤدي الاعتقاد في الموضة إلى تشبيهها بمبدأ مُدوّن، بشكل حتمي وعالمي، في مسيرة تطور الحضارات جميعها[1]، كما يجعل منها، كذلك، حقيقة تاريخية قائمة على أصول أنثروبولوجيا عالمية[2]. هنا يكمن غموض الموضة، في تفرد الظاهرة، وبزوغ سطوتها

---

(1) Gabriel De TARDE, Les Lois de l'imitation (1890), réimpression Slatkine, Genève, 1979.

(٢) على سبيل المثال عند جورج سميل Georg SIMMEL، إذ تتحدد الموضة وفقًا لاتجاهات النفسية والعالمية، وتكون مناقضة للمحاكاة والتمايز الفردي. كذلك رينيه كونيج René KONIG، في كتابه *علم اجتماع الموضة*، باريس، بايوت Payot، ١٩٦٩ .

واستقرارها في الغرب الحديث، دون غيره. لا تعد الموضة قـوة جزئيـة للحيـاة الجماعيـة، ولا مبدأ دائمًا لتحول المجتمعات متجذرًا في المعطيات العامة للجنس البـشري، ولكنهـا تعـد، في الأساس، مكونًا اجتماعيًا-تاريخيًا محاطًا بـنمط مجتمعـي. ولـن نكـشف التـأثيرات الـساحرة للموضة وسطوتها في الحياة الاجتماعية بادعائنا لعالمية مزعومة، وإنما بإزالة الحـدود الـصارمة لاتساعها التاريخي.

يعد تاريخ الزي، بالتأكيد، هو المرجع المناسب لتلك الإشكالية. فعلى ضـوء تحـولات أساليب الزي وإيقاعاته المتلاحقة، فرض هذا المفهوم التاريخي للموضة نفسه. فقـد تجـسدت الموضة في فضاء المظهر بأقصى درجات التوهج والراديكالية، حيث مثّل المظهر التجلي الأكثـر اتضاحًا، على مر قرون، لمؤسسة الزائل. يجمع الزي والموضة علاقة مميزة، فهي ليـست طارئـة وإنما ترتكز على أسباب عميقة، كما سيتاح لنا أن نشرح فيما بعد. على أية حال، فـإن الموضـة لم تبق محصورة في نطاق المظهر. وبالتوازي، تأثرت قطاعات أخرى بمـسيرة الموضـة، وشـغفها وتذبذباتها السريعة، ولكن بسرعات ودرجات متفاوتـة، كالأثـاث مـثلًا، وقطـع الـديكور، واللغة وطرق المعيشة، والأذواق والأفكار، هذا إلى جانب تأثر الفنانين والأعمال الأدبية بهـا. وفي هذا الصدد، لم يكن للموضة محتوى خاص، منذ ظهورها في الغرب: أي لم يكن لها مظهر نوعي يتعلق بالتغير الاجتماعي، فلم تكن مرتبطة بموضوع محدد، بل كانـت، قبـل أي شيء، وضعية اجتماعية تتميز بتزامنية خاصة ومختصرة، وتغيرات عجيبة بشكل أو بآخر، ومـن ثـم، قادرة على التأثير في فضاءات عديدة في الحياة الجماعية. لكن ظل المظهر، حتى القـرن التاسـع عشر والقرن العشرين، هو المسرح الأكثـر تجـسيدًا لقـضية الموضـة، بـشكل مؤكـد وجـليّ، بابتكاراتها الشكلية الأكثر تسارعًا، والأكثر نزوية، والأكثر استعراضية. احتل المظهـر مكانـة مرموقة في تاريخ الموضة؛ لفترة طويلة، فإن لم يكـن يـترجم، علانيـة، جميـع أشـكال الغرابـة للنزق والسطحية، فإنه يمثل، على الأقل، أفضل طرق الشطط، لأنه الطريقـة الأكثـر شـهرة، والأكثر تعرضًا للتوصيف، والأكثر تمثيلًا، ومحط اهتمام وتعليقًا أكثر من غيره.

اتخذت جميع النظريات وكتابات تاريخ الموضة من المظهـر نقطـة للانطـلاق، ومحـورًا للتقصي. ولأن المظهر يقدم المعالم الأكثر تمييزًا للإشكالية، فهو الفضاء الملائم، بامتيـاز، لفـك

متاهة نظام الموضة. فهو وحده القادرعلى أن يُسلّم لنا كل أشكال تبايناتها من خلال نوع من أنواع الوحدة. إن معقولية الموضة مرت أولًا بمرحلة السحر والافتتان بالمظهر: وسنتطرق هنا للقطب المثالي الأصلي للموضة في العصر الأرستقراطي .

ومع كونها ظاهرة اجتماعية ثائرة، لم تفلت الموضة من الاستقرار والانتظامية في عمقها إذا نظرنا نظرة تاريخية طويلة المدى. فمن ناحية نجد التأرجح صعودًا وهبوطًا الذي أصاب الوقائع التاريخية للمظهر. ومن ناحية أخرى، استمرارية مدهشة عبر قرون عديدة مكونة تاريخًا لموضة على الصعيد الأطول. وتحليل الموجات الكبيرة والتشققات التي تربك مسيرة تقدمها. يميل مؤرخو الأزياء إلى اعتقاد أن الموضة تتطلب الخروج من التاريخ الوضعي والفترة الكلاسيكية لمئات السنوات. دون أن يعني ذلك بالتأكيد أن هذا التاريخ بلا مشروعية: بل إنه نقطة الانطلاق الإجبارية، والمصدر الحتمي للمعلومات اللازمة للتفكير حول الموضة. ولكنه يعطي مصداقية كبرى للفكرة القائلة بأن الموضة ليست إلا سلسلة متصلة ومتجانسة من المتنوعات، تتميز بمدة منتظمة تقريبًا لابتكارات ذات انتشار كبير: معرفة جديدة بالمصنوعات، وقليل من المعلومات عن أصالة الظاهرة وعن تدوينها الحقيقي طوال فترتها التاريخية ومجموع الناس. وفيما وراء هذا التدوين التفصيلي لابتكارات الموضة، لابد من محاولة إعادة بناء الطرق الكبيرة في تاريخها، وأن نفهم طريقة إدارتها، وأن نستخلص المنطق الذي يحكمها والصلات التى تربطها لكي تكون جماعية. وتتلخص الإشكالية التى سنتناولها في الفصول اللاحقة في تاريخ التراكيب وأشكال المنطق التى تحكم الموضة، والتى تتميز بمنعطفات، وتقطعات كبرى. ولم تستطع فترات التقطعات تلك المساس بما حظيت به الموضة من أهمية وما تميزت به من صيحات غير مسبوقة، كما لم تحدث بها تحولات جوهرية. وفيما وراء تلك التقطعات الكبرى، نلاحظ تكرارية معايير ومواقف وسيرورات امتداداتها: فنلاحظ أنه اعتبارًا من نهاية العصور الوسطى وحتى أيامنا هذه، وعلى الرغم من السمة الصارمة لنظام الموضة، فإنه لم تفتأ سلوكيات فردية واجتماعية، وقيم ومتغيرات جزئية للموضة أن تظهر إلى النور. أما تلك المنعطفات الفارقة التى نلاحظها، جليًا، فيجب ألا تجعلنا نتجاهل تيارات الاستمرارية الجارفة التى تلاحقت مؤكدة هوية الموضة .

مسيرة امتدت لقرون عدة، حيث احتلت مرحلتها الأولى خمسة قرون اعتبارًا من منتصف القرن الرابع عشر حتى منتصف القرن التاسع عشر؛ إنها المرحلة الافتتاحية للموضة، حيث تلاحق إيقاع مظاهر النزق والفانتازيا بطريقة منهجية ومستمرة. كشفت الموضة عن سماتها الاجتماعية والجمالية، ولكن بالنسبة لمجموعات محدودة جدًا، محتكرة سلطة المبادرة والابتكار. والأمر هنا يتعلق بالصعيد الفني والأرستقراطي للموضة.

(١)

الموضة والغرب

الفترة الأرستقراطية

زعزعة المظهر

طوال الجزء الأكبر من تاريخ الإنسانية، عاشت المجتمعات دون أن تعرف الألعاب المتقلبة للنزق. فيما تجاهلت الطبقات الاجتماعية المسماة همجيّة وتآمرت، بشكل لا يمكن تلافيه، طوال القرون التى امتدت خلالها، حمى التغير ومزايدات الأهواء والولع لدى الأفراد. إن الحتمية البديهية لوصيّة الأسلاف وتقييم الاستمرارية الاجتماعية قد فرضت قاعدة الثبات في كل مكان، وتكرارية النماذج الموروثة من الماضي، والمحافظة المتزمتة في الكيفية التي يكون عليها الأفراد وكيف يكون مظهرهم. إن قضية الموضة ومفهومها في تمثيلات جماعية كتلك، ليس لها أى معنى دقيق. حتى الطبقات الهمجية لا تتميز أحيانًا بالميل الشديد إلى الزينة، فيما عدا الأزياء الطقسية، لا يبحثون عن بعض التأثيرات الجمالية، لكن لا شيء يشبه نظام الموضة. وعلى الرغم من تعدد أنماط التزين، والحلى والتسريحات والرسومات والوشم فإنها تظل ثابتة بحكم العادة، وخاضعة لمعايير لا تتغير من جيل إلى جيل. إن الشكل مفرط المحافظة الذي كان عليه المجتمع البدائي هو ما جعله يمنع ظهور الموضة لأنها لا تنفصل عن عدم أهلية نسبية للماضي: فالموضة لا يمكن أن تنفصل عن المكانة الاجتماعية ولا عن تفوق يرتبط بالنماذج الجديدة، وفي الوقت ذاته، دون عدم تقدير للنظام القديم. فهي مركزة بالكامل على احترام الماضي الجماعي وإعادة إنتاجه بعناية، فالمجتمع البدائي لا يمكن على أى الأحوال، أن يسمح بتقديس الابتكارات، ولا بالولع بالتفردات، ولا الاستقلالية

الجمالية للموضة. انتظم المجتمع البدائي ليكبح وينكر ديناميكية التغير والتاريخ. فكيف لها أن تتعاطى مع نزوات الابتكارات عند اناس غير معروفين، كما هو الحال مع كتاب محيطهم الاجتماعي، ومع قواعد الحياة والاستخدامات، وأشكال التقادم والتحريمات الاجتماعية التى تفرض باعتبارها نتاج زمن مؤسس يهدف إلى الخلود في حالة ثبات لا تتغير، حين يكون القِدم واستمرارية الماضي هما الدعائم الأساسية للحتمية.

إذًا، الاختيار الوحيد المتاح هو أن يتواكبوا، بصرامة، مع ما كان قائمًا في العصور الأولى ومرتبطًا بالحكايات الملحمية. وكلما كانت المجتمعات خاضعة، في جميع أنشطتها من الأكثر بساطة إلى الأكثر ثقلًا، للأفعال وحركات الأسلاف المؤسسين، كانت الوحدة الفردية لا تستطيع تأكيد استقلالية نسبية إزاء المعايير الجماعية، ويكون منطق الموضة في حالة إقصاء تام. لقد شيد المجتمع البدائي سدًا مانعًا لتأسيس الموضة، لكونها تكرس، بطريقة وافية، لمبادرات الجمال، والولع بالصيحات غير المألوفة، والأصالة الإنسانية، وتتطلب، علاوة على ذلك، نظامًا قيميًا، يحتفي بالحاضر الجديد المتعارض مباشرة مع الحتمية التليدة القائمة على الانصياع للماضي الجماعي. وكي تستطيع الخفة الإنسانية أن تسيطر لابد من الاعتراف ليس فقط بسلطة البشر على تنظيم عالمهم، بل أيضًا، وفي مرحلة لاحقة، الاستقلالية الجزئية لأفراد المجتمع فيما يتعلق بجمالية المظهر.

إن ظهور الدولة والتقسيم الطبقي، لم يغير شيئًا في جوهر المشكلة. وسوف تستمر، على مر القرون، الأذواق ذاتها، وطرق الفعل ذاتها، والشعور، والملبس، متماهية مع ذاتها. في مصر القديمة، استمر الرداء-التونيك مشتركًا للنساء والرجال لما يقرب من خمسة عشر قرنًا وبشكل يكاد يكون مطلقًا؛ وفي اليونان، فرض، البيبلوس، نفسه كزي أصلي، للنصف الأعلى من جسد المرأة، في منتصف القرن السادس قبل الميلاد، كما ظل التوج-المحرمة والتونيك، في روما، كزي رجالي، مع بعض التنوعات في التفاصيل، منذ العصور الغابرة وحتى نهاية الإمبراطورية. وكان الاستقرار ذاته في الصين والهند والحضارات الشرقية التقليدية، حيث لم يقبل المظهر أية تعديلات إلا استثنائيًا: فقد ظل الكيمونو الياباني دون تغيير لقرون، وفي الصين، بقي الزي النسائي على حاله فيما بين القرن السابع عشر والتاسع عشر، دون أن

يصيبه أي تغيير حقيقي. وجدت ديناميكية التغيير طريقها، بلا أدنى شك، مع نشوء الدولة والغزوات. فكانت تيارات الاستيراد والانتشار تزعزع من وقت لآخر الاستخدامات والأزياء، ولكن دون أن تكتسب صفة الموضة. وفيما عدا الظواهر الخارجية، تبلور التغير في صورة معايير جماعية جديدة ومستمرة: فكان مبدأ الثبات هو ما يتغلب على غيره، على النقيض من الانفتاح على التاريخ. وإذا كان التغير ينتج غالبًا من تأثيرات خارجية، عن طريق الصلات مع شعوب أجنبية، حيث يتم تقليد طريقة أو أخرى من طرق الملبس، فإنه كثيرًا ما ينتج عن محاكاة الحكام -إذ كان الإغريق يحفون اللحي محاكاة لمثال الإسكندر وتمجيدًا له -أو تنفيذًا لأوامر الغزاة الذين يفرضون زيهم على الشعوب التى يحتلونها، على الأقل في الطبقات الثرية: وبذلك أصبح زي المغول هو القاعدة في بلاد الهند التي احتلوها[1]. ولكن، لم تنبثق تلك التنويعات، في أى من تلك الحالات، من منطق جمالي مستقل، ولم تترجم لزومية التجديد الدوري الخاص بالموضة، ولكن تأثيرات موسمية أو علاقات هيمنة. فلم تكن السلسلة الموصولة للتنويعات الصغيرة المكونة للموضة، ولكن كنوع من التبنى أو الفرض الاستثنائي لنماذج أجنبية ينصب في المعايير الثابتة. لكن حتى وإن ظهرت حضارات أقل محافظة من غيرها، وأكثر انفتاحًا على ابتكارات الموضة الخارجية، وأكثر ولعًا بإغراء الرفاهية، لم تستطع قط أن تقترب مما يطلق عليه الموضة بمعناها الحرفي، بمعنى آخر، سلطة الزائل المنهجية، والتقلبات المتقاربة بلا استمرارية.

لا يمكن، في هذا الإطار، أن نعرف الموضة من خلال النفوذ الأوحد للنماذج الأجنبية والجديدة، كما يقول جابرييل دي تارد، الذي يرى أنها لا تمثل إلا السيرورة ذاتها[2]. فالتأثيرات الخارجية لا تستطيع أن تزعزع الثبات التقليدي، حيث لن يتحقق نظام فعلي للموضة إلا حين تصبح ذائقة الابتكارات مبدأ ثابتًا ومنتظمًا، حين لا يتجسد في مجرد الفضول إزاء الأشياء غير المتجانسة، وحين يتواكب مع مطلب ثقافي ذاتي، ومستقل نسبيا،

---

(1) Fernard BRAUDEL, Civilisation matérielle et capitalisme, Paris, Armand Colin, 1967, t. I, p. 234.

(2) G. DE TARDE, op. cit., p 268.

عن العلاقات الصدفوية مع الخارج. في ظل هذه الشروط، قد يتشكل نظام للنزق، ذو حركة متلاحقة، ومنطق للشطط، وألعاب ابتكارية، وتفاعلات لا نهائية .

لم ترِ الموضة بمعناها الحرفي النور إلا اعتبارًا من منتصف القرن الرابع عشر. وهو التاريخ الذي فرض نفسه بسبب ظهور نمط من الزي الجديد راديكاليا، المهايز، بوضوح، بين الجنسين: قصير ومعتدل للرجال، وطويل وضيق للنساء[1]. إنها ثورة أزيائية وضعت أسس الزي الحديث. وبدلًا عن الرداء الطويل الواسع الذي ارتداه الجنسان لقرون عدة، يظهر زيٌّ ذكورى مكون من بزة قصيرة ضيقة تسمى **pourpoint**، متصل ببنطال ذى جوارب طويلة ضيقة ترسم تفاصيل السيقان؛ ومن جهة أخرى ظهر زي نسائي يعد امتدادًا للثوب الطويل التقليدي، ولكنه أكثر اعتدالًا، وأكثر كشفًا للصدر. ويتمثل الابتكار الأهم، بالتأكيد، في ترك المعطف الطويل الواسع لصالح زي ذكوري قصير وضيق، مقفول بأزرار وبطانة داخل الحذاء مثل الجورب. تحول أدي لاختلاف مميز، واستثنائي، بين الملابس الذكورية والنسائية، وهو ما بقي مسيطرًا على تطورات الموضة حتى القرن العشرين. الزي النسائي أيضًا كان متوافقًا، ليظهر كل مفاتن الأنوثة: الملابس ذات الذيل على الأرض والتى تطيل الجسد، مبرزة الصدر والأرداف، وتفاصيل الجذع. فيما يكشف الثوب عن الصدر، بل حتى البطن، كانت تبرز، في القرن الخامس عشر، من خلال بعض الحشوات الصغيرة التى كانت تخبأ أسفل الثوب، كما تظهر اللوحة الشهيرة لجان فان إيك، زواج الزوجين أرنولفيني (١٤٣٤). وإذا كان منشأ هذه الزعزعة الأزيائية هو أمر جدلي، ففي المقابل، ستنتشر هذه الابتكارات، فيما بين ١٣٤٠ و١٣٥٠، في أوروبا الغربية. واعتبارًا من تلك الفترة، ستتلاحق التغيرات، وستصبح تنويعات المظهر أكثر انتشارًا، وأكثر شططًا، وأكثر اعتباطية، مع تميزها بإيقاع لم يكن معروفًا حتى تلك اللحظة وأشكال فانتازية كثيرة، وزينة متنوعة، ساهمت في تعريف

([1]) **François BOUCHER, Histoire du costume en Occident de l'Antiquité à nos jours, Paris, Flammarion, 1965 , pp. 191-198.**

Paul POST, « La naissance du costume masculin moderne au XIVe siècle », Actes du 1[er] Congrès international d'histoire du costume, Venise, 1952.

مسألة الموضة. لم يعد التغير ظاهرة غربية، نادرة، وطارئة، بل أصبح قاعدة دائمة للمتع في الطبقات الراقية، وستعد الموضة الخاطفة إحدى البنايات المكونة للحياة المدنية.

فيما بين القرن الرابع عشر والقرن التاسع عشر، لم تعرف تقلبات الموضة التسارع ذاته. ولكن ما من شك أن إيقاع التغير في نهاية العصور الوسطى لم يكن أقل استعراضية منه في عصر الأنوار، حيث تتغير الموضة "من شهر لشهر، ومن أسبوع لأسبوع، وحتى من ساعة لساعة"[1]، مستجيبة لتحركات المرحلة، ومدونة آخر نجاح أو ظهور النور. بقي أن نشير إلى أنه إعتبارًا من نهاية القرن الرابع عشر، تعددت الفانتازيا، والصيحات، والابتكارات، بشكل متسارع جدًا، ولم تتوقف عن الحركة الحرة من وقتها في الدوائر المدنية. ليس هذا مجال استعراض عددي، حتى ولو موجزًا، للتغيرات التى طرأت على صيحات الزي وتفاصيله. وكلما كانت لا تحصى كانت إيقاعات الموضة معقدة ومتنوعة تبعًا للدول وللعصور. إن الوثائق التى نعرضها هنا هي مجتزأة بلا شك ومحدودة، ولكن مؤرخي الأزياء استطاعوا أن يظهروا جليًا الانقطاع والاستقرار التاريخي لدورات الموضة القصيرة انطلاقًا من نهاية العصور الوسطى[2]. كما تكشف شهادات المعاصرين بطريقة أخرى نوبات الظهور الاستثنائي لتلك التزامنية القصيرة. وهكذا سجل العديد من كتاب فترة نهاية العصور الوسطى وبداية العصر الحديث، للمرة الأولى على مر التاريخ بلا شك، الأزياء التى ظهرت في فترات حياتهم: مثل الوقائع التاريخية للكونت زيمرن **Zimmern** ، ووقائع كونراد بليكان دو روفاش **Konrad Pellikan de Ruffach** حيث صوّرا المشاعر المصاحبة لتلاحق الموضة وشطحات المظهر، والشعور الذي صاحب الفترة التى مرت عبر موضات أزيائية مختلفة. في القرن السادس عشر، أخرج ماتو شوارز، المدير المالي لدار فوجير، كتابًا مزينًا

---

(1) **Edmond de GONCOURT, La Femme au XVIIIe siècle (1862). Paris, Flammarion, coll. Champ, 1982, p. 282.**

(2) **Fr. BOUCHER, op. cit.; Yvonne DESLANDRES, Le Costume, image de l'homme, Paris, Albin Michel, 1976 ; H. H. HANSEN, Histoire du costume . Paris, 1956.**

Michèle BEAULIEU, Jacqueline BAYLE, Le costume en Bourgogne, de philippe le Hardi àCharles le Téméraire (1364-1477), Paris, 1956.

بنقوش، وعلق فيه على الأزياء التى ارتداها منذ طفولته، ثم تلك التى أنتجها هو. إنه اهتمام غير مسبوق بالزائل وتغيرات أشكال الزي، ورغبة في إعادة تدوينها، وأمكن اعتبار ماتو شوارز" Matthaus Schwarz أول مؤرخ أزياء"[1]. إن الفضول إزاء الطرق "القديمة" للزي، وإدراك التنوعات الموضة السريعة تظهر أيضًا كذلك في الاحتياج، الذي تشكل اعتبارًا من ١٤٧٨، من الملك رينيه دا أنجوRene d'Anjou، للبحث في تفاصيل الأزياء التى ارتداها سادة عائلة أنجو في الماضي"[2]. وفي بداية القرن السادس عشر، وصف فيسيليو Vecellioكتاب " عادات قديمة وحديثة". وفي فرنسا دون كتاب "مختلفون" التحول السلس للموضة، إلى جانب مونتانيMontaigne في الدراسات الفكرية، إذ يقول: " إن التغير عندنا مفاجئ وسريع حتى إن كل ابتكارات المصممين في العالم لن تقدم لنا ما يكفينا" واعتبارًا من بداية القرن السابع عشر، وجه النقد اللاذع لسمة الموضة المتنوعة والحراك الكبير في الأذواق، وذلك في المطبوعات والكتابات الهجائية والكتيبات: حتى أصبح من التفاهة التعرض لتقلبات الموضة السريعة"[3]. صحيح أن التجميل الزائد وإبراز مظاهر الغنج الأنثوي كانت محل اعتراضات عديدة، منذ القدم؛ إلا أنه انطلاقًا من القرن الخامس عشر والسادس عشر، وجهت التنديدات إلى الأزياء الغريبة التى يرتديها النساء والرجال أنفسهم، وإلى تغير الأذواق بشكل عام. إن تحولات الموضة فرضت نفسها كأمر بديهي على وعي المدونين، فأصبح عدم استقرار المظهر وغرابته مثارًا للتساؤل، والدهشة، والافتتان في ذات الوقت أكثر من كونها هدفًا متكررًا للإدانة الأخلاقية.

تتغير الموضة، ولكن لا يتغير محتواها. فالتعديلات المتلاحقة تطرأ على تزيينات الثوب والاكسسوارات، ودقة الزخارف واتساع الثوب، فيما تبقى تراكيب الزي والأشكال العامة

---

(1) Philippe BRAUNSTEIN, « Approches de l'intimité, XIVe-XVe siècle », Histoire de la vie privée, Paris, Ed. du Seuil, 1985, t. II, pp. 571-572.

(2) Françoise PIPONNIER, Costume et vie sociale, la cour d'Anjou, XIVe-XVe siècle, Paris, Mouton, 1970, p.9.

(3) Louise GODARD DE DONVILLE, Signification de la mode sous Louis XIII, Aix-en-Provence, Edisud, 1976, pp. 121-151.

أكثر استقرارًا. إن تغير الموضة يتعلق في المقام الأول بالعناصر الأكثر دقة، ونادرًا ما تؤثر على مجمل الزي. ظهر الـ**vertugadin** في إسبانيا حوالي عام ١٤٧٠، وهو عبارة عن بطانة تحتية على شكل مخروط وبقى حتى منتصف القرن السابع عشر؛ وظل **rhingrave** لما يقرب من ربع قرن، والـ**justaucorps** لما يقرب من سبعين سنة؛ كما تصدرت الباروكة الموضة لما يربو على القرن؛ واحتفظ الفستان على الطريقة الفرنسية بالصدراة لعشرات السنوات اعتبارًا من منتصف القرن الثامن عشر. كانت النقوش والتزيينات والتفاصيل الشكلية والفروق الدقيقة المتعلقة بالاتساع والطول في حالة تجدد دائم: فنلاحظ مثلًا النجاح المدوى لتسريحة **fontanges** في عهد لويس الرابع عشر، إذ مكثت ٣٠ سنة، ولكن في صور متعددة: إذ كانت تتكون من زينة مرتفعة ومركبة مصممة من الشرائط، ومن الدانتيلا ومن ربطات الشعر، ولكن برؤى مختلفة للتصميم ذاته. وظلت التنورات الداخلية المعدنية رائجة فى القرن الثامن عشر ولمدة تزيد على نصف قرن ولكن بأشكال وأحجام مختلفة

شلالات من " أشياء صغيرة بلا معنى" ومن اختلافات بسيطة هي التى تشكل الموضة بكاملها، وهي التى تصنف. سريعًا، الشخص الذي يتبعها أو تنزع التصنيف عمن ينحيها جانبًا، وهي التى تؤدي إلى إهمال ما سبقها. وبدأت مع الموضة السلطة الاجتماعية للعلامات التافهة، والوضعية المدهشة للتمييز الاجتماعي القائم على الصيحات المتبعة. من المستحيل الفصل بين هذا الشلال من التغيرات الدقيقة عن الاستقرار العام للزي: فالموضة لم تتمكن من معرفة هذا التغير إلا اعتمادًا على نظام، ولأن التغييرات كانت متواضعة وحافظت على التصميم العام للأزياء، استطاعت التجديدات أن تنتشر وأن توجد مكانًا "للولع بها". بالتأكيد، لا يعني هذا أن الموضة لم تعرف ابتكارات حقيقية، ولكنها كانت أكثر ندرة من التغييرات الصغيرة التى كانت تطرأ على التفاصيل. فكان منطق التغيرات الصغرى هو ما تتسم به الموضة على وجه الخصوص، فهي " تنوع في قلب سلسلة معروفة" وفقًا لمصطلح سابير[1].

---

(1) **Edward SAPIR, « La mode », in Anthropologie, Paris, Ed. de Minuit , 1967, p. 166.**

إن الدوى المؤقت للموضة لا ينبغي أن يفسر على أنه تسريع في الاتجاه نحو التغيير والذي يتحقق بشكل أو بآخر وفقًا للحضارات، ولكنه ظاهرة ملازمة للفعل الإنساني الاجتماعي[1]. وهي لا تترجم فقط استمرارية الطبيعة الإنسانية (من الميل نحو التجديد والاعتناء بالمظهر، والرغبة في التمييز، وتنافس أفراد المجموعة،... إلخ.) ولكن عدم استمرارية تاريخية وقطيعة كبرى، وإن كانت محدودة النطاق، مع شكل الاندماج الاجتماعي الممارس دائمًا: إنه المنطق الثابت للتقاليد. وعلى مدار المغامرة الإنسانية، فإن بزوغ الوقتية القصيرة للموضة يعني الانفصال عن الترابط الجمعي الذي يؤكد الاستمرارية المعتادة، وانتشار صلة اجتماعية جديدة بالتوازي مع عصر اجتماعي حتمي جديد. ونجد عند **G. de Tarde** التحليل المضبوط لهذه السيرورة: نعرف أنه عادة ما يسود نفوذ الأسلاف ومحاكاة القديم في عصور التقاليد، فيما يسود تقديس الصيحات ومحاكاة النماذج المعاصرة والأجنبية في عصور الموضة: إذ يرغب الناس أكثر في التشبه بالمجددين المعاصرين، فيما ينصرفون عن التشبه بالأسلاف. وتحكم مبدآن أساسيان في أزمنة الموضة وهما: حب التغيير، والتأثر بالمعاصرين، وانتشرا حتى فرضا الازدراء للموروث السلفي، وبالتبعية، الاحتفاء بمعايير الحاضر الاجتماعي. إن الراديكالية التاريخية للموضة تتضمن فيما تؤسسه نظامًا اجتماعيًا ذا أصل حديث، منعتقًا من سيطرة الماضي؛ فلم يعد القديم جديرًا بالتقدير، " يبدو الحاضر وحده ملهمًا للاحترام"[2]. حيث أفل النظام التقليدي الاجتماعي لصالح بزوغ صلة من نوع جديد بين أفراد المجتمع، قائمة على اتفاقات قابلة للتغير ومتعلقة بالحاضر. إنه مظهر افتتاحي ومثالي للتعايش الاجتماعي الحديث، فقد حررت الموضة الحياة الجماعية من سيطرة الماضي: " في العصور التى تسود فيها العادات نكون أكثر تفاخرًا بدولتنا من تفاخرنا بعصرنا لأننا نحتفي بالعصور الغابرة. وفي المقابل، في العصور التى تسود فيها الموضة، نفتخر، أكثر بالعصر الذي ننتمي إليه أكثر من الدولة[3]." كانت الطبقات الثرية مصابة بحمى الصيحات، وكانت تصاب بلهيب آخر صيحة تظهر، وحاكت الموضات الإيطالية واحدة تلو الأخرى، الإسبانية، والفرنسية، في ظل تعاظمية حقيقية لكل ما هو مختلف وغريب. فمع الموضة، نشأ

---

(1) R. KONIG, op. cit.

(2) G. DE TARDE, op. cit., p. 268.

(3) Ibid., p. 269.

المظهر الأول لعلاقة اجتماعية تجسد عصرًا حتميًا جديدًا وولعًا جديدًا بالغرب، ولع "الحديث". فأصبحت الصيحات هي مصدر القيمة المدنية، وعلامة الامتياز الاجتماعي، إذ ينبغي اتباع " المجريات" الجديدة وتبني التغيرات الأخيرة للحظة: ففرض الحاضر نفسه كمرحلة مؤقتة تنتج جزءًا دقيقًا ولكن ذا نفوذ على حياة الصفوة.

حداثة الموضة: إنها مسألة تستحق التحليل. ففي حقيقة الأمر، تظهر الموضة، روح الأبهة والبذخ الأرستقراطي، على النقيض من الفكر البرجوازي الحديث المتعلق بالادخار والتحسب للمستقبل، إنها لا عقلانية المتع المدنية والسطحية اللعبية، على العكس من روح التطور والنمو للسيطرة على الطبيعة، ذلك من جانب، أما الجانب الآخر، فقد شكلت الموضة جزءًا هيكليًا من العالم الحديث في المستقبل، وعدم استقرارها يعني أن المظهر لم يعد خاضعًا للتشريع المقدس للأسلاف، وأنه لابد من تحكيم قرار الإنسان رغبته المحضة .

تشهد الموضة، قبل أن تكون علامة على اللاعقلانية التافهة، على قدرة البشر على تغيير وابتكار الطريقة التى يلبسون بها، إنها أحد أوجه الاصطناعية الحديثة، ومشروع الإنسان في أن يكون الإنسان سيدًا لظرفه الوجودي. فمع إثارة الموضة، يظهر نظام لظاهرة " مستقلة"، ترد على ألعاب الرغبة والهوى والإرادة الإنسانية: فلم يعد زيًا يفرض على الإنسان، بحجة الأسلاف، بل أن كل ما يتعلق بالمظهر هو محل تصرف البشر الذين أصبحوا منذ تلك اللحظة أحرارًا في تعديل وتدقيق العلامات الصغيرة لحدود ميول وأذواق اللحظة الآنية وحدها. إنه عصر الفعالية وعصر النزق، فلم تكن الهيمنة العقلانية على الطبيعة متعارضة مع الجنون اللعبي للموضة سوى ظاهريًا؛ في الحقيقة، يوجد توازٍ بيّن بين هذين المنطقين: فكما أن البشر خاضعون، في الغرب الحديث، للاستنفاد المكثف للعالم المادي ولعقلنة المهام الإنتاجية، فإنهم يؤكدون فيما يتعلق بزائلية الموضة، سلطة المبادرة المتعلقة بمظهرهم. ويتأكد في الحالتين الهيمنة والاستقلالية الإنسانية التى تمارس على العالم الطبيعي، كما هو الحال مع الديكور الجمالي. فكلمتا بروتي وبروميتى مشتقتان من الأصل ذاته، وفقًا لطريقتين متغايرتين راديكاليًا، والمغامرة الوحيدة للحداثة الغربية على طريق الامتلاك لمعطيات تاريخه.

مسرح الخدع

شهد العالم على انتشار بعض الحضارات، في لحظات محددة من تاريخها، عن طريق الظواهر الجليّة لصيحات التجميل والعناية الطائشة. نعرف أنه في ظل الإمبراطورية الرومانية في روما، كان بعض الرجال يصبغون شعورهم ويجعدونه، ويتعطرون، ويلصقون "الأوشام" ليبرزوا أجزاء من بشرتهم ليبدوا أكثر شبابًا. فيما كانت النساء الأنيقات يستخدمن مساحيق التجميل والعطور، ويضفن أجزاءً من الشعر المستعار، والباروكات من اللون الأشقر إلى الأسود الحالك. ظهرت في العصر الفلافياني تسريحات الشعر المرتفعة والمركّبة، كما استحدث التزيين بالمجوهرات الثمينة، وذلك بتأثير من الشرق، لتعويض حدة الزي النسائي القديم. هل ينبغي لنا أن نختزل الأمر في مجرد ظاهرة مبكرة صاحبت الموضة منذ فجر التاريخ؟ إذا لم نكن مخطئين في هذا: حتى وإن كانت بعض مظاهر تلك الأناقة والرفاهية تنتمي لمنطق الموضة، فإن ملمحها الأكثر اختصاصًا يجعلها عيبًا ظاهريًا: الحراك المتسارع للتنويعات. كما أنه لا يوجد نظام للموضة إلا من خلال الارتباط بين هذين المنطقين: منطق الزوال ومنطق الفانتازيا التجميلية. هذا الارتباط الذي يعرّف وضعية الموضة، رسميًا، لم يتشكّل إلا مرة واحدة في التاريخ، عند بزوغ المجتمعات الحديثة. بالطبع كانت هناك إرهاصات وعلامات تبشيريّة لما نطلق عليه الموضة، إلا أنها لم تصل لتكون نظامًا متكاملًا قط، وظلت تلك الإكسسوارات التزيينية المتنوعة ثابتة في حدود ضيقة جدًا، ولا يمكن مقارنتها بالمبالغات وأشكال الجنون المتكرر الذي كانت الموضة الغربية مسرحًا له. وكما سخر الهجاء الروماني وقتها، فإنه إذا كانت بعض العناصر الثمينة من الممكن أن تعقّد المظهر الذكوري، فهل يمكن اختزاله في كونه كمًا هائلاً لا ينقطع من الزينة والأربطة والقبعات والباروكات التى تتابعت عبر حركة الموضة؟ وإذا تأملنا ما كان في روما نجد أن الفانتازيا لم تغيّر الزي التقليدي الذكوري، بل كانت نادرة ولم تتجاوز تجعيد الشعر

والاستخدام المحدود لمساحيق التجميل. إنها فترة بعيدة كل البعد عن الموضة الغربية ونهمها الدائم للانحراف عن مسارها.

هناك شيء آخر أكثر دلالة: في عصور العادات والتقاليد، تأتي الفانتازيا في مرتبة ثانية بنيويًا بالمقارنة بما يمثله مجمل الزي؛ فمن الممكن أن تصاحبه وتجمّله ولكنها تحترم فيه دائمًا السياق العام المعرّف بواسطة العادات. وهكذا، على النقيض من ذوق الصبغات اللامعة، والمجوهرات، والفراء والنقوش المتنوعة، تغيرت التقاليد النسائية في روما قليلًا، فالتونيك العلوي والستولا والمعطف الدرابية، والبالا ظلت على حالها دون تعديلات تذكر. إن البحث الجمالي هو خارجي بشكل عام، ولا ينتج عنه تركيبات أو أشكال جديدة للزي، بل يستخدم كإضافة تزيينية بسيطة وعُرف مجتمعي. فمع نظام الموضة نشأت وضعية غير مسبوقة: فالاصطناعي لم يعد، مذّاك، يُضاف إلى المستقر، بل بات يعيد تعريف أشكال الملبس، بالكامل، في التفاصيل وفي الخطوط الرئيسية. وتأرجح مظهر البشر في مجمله داخل نظام المسرحة، والغواية، والعروض المبهرة، مع إفراط في الزخارف والحواشي، وهيئات مبالغ فيها، وشاذة ومثيرة للسخرية. في معظم الأحيان. كالمركوب والأحذية وفتحات البنطال البارزة على هيئة قضيب، وفتحات الصدر العارية، والأزياء ثنائية اللون في القرن الرابع عشر والخامس عشر، ثم تجاعيد الشعر العريضة والسراويل المسماة رينجراف، بعد ذلك والتنورات المتفخة. والتسريحات المرتفعة والباروكات. كل هذه الموجات المنحرفة، شكّلت، بطريقة أو بأخرى وبدرجات متفاوتة، الهيئة الذكورية والنسائية في عمقها. وفي ظل هيمنة الموضة، لم تعد الاصطناعية الجمالية تابعة لنظام مستقر بل باتت في أساس توضيب التزيّن، الذي يبدو بدوره كعرض لاحتفال حالٍ وحديث وترفيهي. إن النقاط المشتركة مع الماضي البعيد لذائقة التزين لا ينبغي لها أن تخفي الراديكالية المطلقة للموضة وقلب اتجاه المنطق الذي أسسته تاريخيًا: فحتى ذلك التوقيت كان " التكلّف" خاضعًا بصرامة للبنية الناتجة عن الماضي الجمعي، ثم أصبح، على العكس من ذلك، الأول، في إبداع الأشكال. كان يكتفي قديمًا بالتذويق، وبات الآن يخترع، بتفوق ملحوظ، المظهر بكامله. كان المظهر في عصور العادات والتقاليد، باقيًا في الاستمرارية التاريخية، علامة على تفوق شرعية الأسلاف. إن ظهور الموضة قد أدى إلى التأرجح الكامل للدلالة الاجتماعية والسمات الوقتيّة للمظهر: عروض ترفيهية ومجانية،

وعلامة مفتعلة. لقد قطعت أزياء الموضة كل الصلات مع الماضي، واكتسبت جزءًا أساسيًا من نفوذها من الآنية الزائلة، البراقة والفانتازية.

إنها هيمنة الرغبات والحيل التى فرضت نفسها، منذ القرن الرابع عشر وحتى القرن الثامن عشر، باعتبارها تتعلق بالهوية للجنسين. وأكثر ما اختصت به الموضة، طوال هذه الفترة، كان الدفع برفاهية التعقيدات الاستعراضية، لكل من الرجال والنساء. ومع هذا فإن الموضة قد أنتجت عدم تشابه أقصى في مظهر الجنسين، كما أخضعتهم لتقديس الصيحات الجديدة والرغبة فى التميز. ومن بعض الأوجه، كانت الموضة الذكورية ذات تفوق نسبي فيما يتعلق بالصيحات والشطحات ونمط الزينة. مع ظهور الزي القصير، في منتصف القرن الرابع عشر، جسدت الموضة الذكورية المنطق الجديد للمظهر القائم على قاعدة من الفانتازيا والتغيرات السريعة، بشكل أكثر مباشرة وأكثر وضوحًا من الموضة النسائية. كانت الملابس الذكورية، في عصر لويس الرابع عشر، أكثر استخدامًا للزينة وللحليات الشريطية من الملابس النسائية. ولم يمنع تأثير التغييرات التى أدخلتها مسألة الإعداد العسكري على الموضة الذكورية[1] سيطرة الفانتازيا واللعب مع السمات الرجولية: حيث أبرزت الموضة صفات المحاربين وأضافت إليها بعض التفاصيل(دعامات الأحذية المذهّبة، زهور على السيف، وأحذية ذات رقبة مرتفعة مزينة بالدانتلا... إلخ) كأنها تحاكي "الطبيعي". وعلينا انتظار لحظة "الإذعان العظيم" في القرن التاسع عشر حيث خسوف الموضة الذكورية أمام موضة النساء. وظهور القواعد الجديدة للأناقة الذكورية والرصانة والاعتدال ورفض الألوان والزينة، وستصير الموضة وحيلها، مذّاك، امتيازًا نسائيًا .

تعد الموضة نظامًا لا ينفصل عن الشطط والمبالغة والإفراط، لأنها محكومة بمنطق الاستعراضية. ويظل مصيرها مرتبطًا بالزخم والمبالغة في الحجم، وتضخيم الصورة لدرجة قد تصل للسخرية. لا شيء يمنع الأنيقات والأنيقين من أن "يضيفوا إلى ذلك"وأن يتسموا بالجرأة بالنسبة "للموضة الحالية"، وأن يتنافسوا بشكل مبالغ فيه في التفاخر المرتبط بالمظهر والرفاهية. مثلًا القماش المكشكش **ruché** الذي يعلو نهاية الطرف العلوي للقميص تحت

---

(1) Cf. P. Post, art. cité, p. 34.

الصديرية الضيقة، والذي تطور ببطء إلى الرقبة المنتفخة المستقلة (الهاي كول) ذات الكثافة والحجم الكبير. كذلك نافخ التنورة تطور هو الآخر بشكل ملحوظ تماشيًا مع المسيرة المتسمة بالغلو التي ميّزت الموضة. ومع ذلك، فهو تصاعد محدود: فاعتبارًا من لحظة محددة، سيحدث قلب في اتجاه السيرورة، وبعنف، مدمرة اتجاهًا ما كان في الماضي. ولكنها مدفوعة بمنطق اللعبة ذاته، وحركة الأهواء ذاتها. ففي لعبة الموضة، ينبثق الحد الأدنى والحد الأقصي، الزهد والبهرجة، الرواج وما يثيره من ردود أفعال من الأصل ذاته، مهما كانت التأثيرات الجمالية المتعارضة التى تستتبعها: ودائمًا ما يتعلق الأمر بمملكة الرغبات، وضمنيًا بالمد ذاته من الصيحات والافتتان. إن هيمنة الفانتازيا لا تعني فقط الصعود نحو الحدود القصوى ولكن أيضًا، تعني السير في الاتجاه المعاكس: فالرواج الذي شهدته البساطة والطبيعة، الذي ترسخ في سنوات الثمانينيات من القرن الثامن عشر لم يكن أقل استعراضية أو اصطناعية أو لعبية من رفاهية التزين الثمين السابقة. وإذا كان صحيحًا أن ما يطرأ من تعديلات على ثقافة العصر وفكره هو في الأساس تنويعات الموضة، إلّا أنه لا يمكن أن يعزي إليه وحده الجديد في الموضة، وتحولاتها التي لا تحصى دون سبب ودون ضرورة. ذلك لأن الموضة لا يمكن أن تنفصل عن منطق الفانتازيا الخالصة، وعن الروح المجّانية وعن اللعبة التى تصاحب، باستمرار، إعلاء الفردانية الحضرية ونهاية العالم الثابت المنظّم سلفًا للمظهر التقليدي.

لهذا لم تتوقف الموضة عن إثارة النقد، وعن الاصطدام، المباشر أحيانا، بالمعايير الجمالية والأخلاقية والدينية للمعاصرين. فلم تعد التفاهة الإنسانية وحدها، وبريق الرفاهية، والتدلّل النسائي ما يوجه لها النقد، بل أشكال الزي ذاتها التى تعتبر الآن غير محتشمة، وفضائحيّة، ومثيرة للسخرية. شهد القرن الرابع عشر والخامس عشر استنكارًا عنيفًا من قبل الأساقفة والدعاة ضد "قلة احتشام" أغطية المؤخرة، كما هاجموا "عري الصدور" والمراكيب. والصديريات الذكورية الضيقة التي تجعل الرجل أشبه بامرأة. أما تمثلهم "بالكلب السلوقي" فكان فضيحة تضاهي فضيحة تسريحات الشعر ذات القرنين. وجهت لنافخ التنورة في القرن السادس عشر سخريات لاذعة، كما ندد بالاصطناعية الشيطانيّة، في القرن السابع عشر والسراويل الواسعة التي تقدم كأنها تنورة، والدثّار المخصّر كانت محط استهزاء. أما في القرن الثامن عشر، فقد أثار المعطف النسائي الطويل الضحك،

كذلك التسريحات الشاطحة التي كانت تضع العينين "وسط الجسم"، والملابس النسائيّة المستوحاة من الأزياء الذكوريّة والفساتين الشفافة كانت هدفًا للرسوم الساخرة. يوجد بالتأكيد، منذ العصور الأزليّة اتجاه لمحاربة التفاهة والحيل ومساحيق التجميل(1): كانت المبالغة التزيينية محط إدانة في هذه العصور، بينما كان معيار الملبس إجمالا في مأمن من النقد. وعلى العكس، فمع اجتياح الموضة، حظيت قطع الملابس بتقدير حقيقي: ولم يعد المظهر يرتكز على الموافقة الاجتماعية، للمرة الأولى، ويصمد أمام العادات والأحكام المسبقة، وبات يهاجم بشدة من قبل الكنيسة، وحكم عليه بأنه محط سخرية وقبيح بواسطة المدونين. اعتبرت آخر موضة شيئًا ساميًا بالنسبة للمتأنقين ومشينًا بالنسبة للأخلاقيين ومثيرًا للسخرية بالنسبة للرجال الشرفاء، إن الموضة واختلاف الآراء سيكونان متلازمين اعتبارًا من هذه اللحظة.

كان هذا الاتجاه لتعظيم المجانية الجمالية ذا تأثير على العلاقات الحضرية بين البشر، وعلى الأذواق والوضعيات العقلية، وساهم في بعض الملامح المميزة للفردانية الحديثة. صاحبت الموضة نظامًا مكونًا من المبالغة ورفض التفاصيل الصغيرة، فاشتغلت الموضة على تهذيب الأذواق وجعل الحساسية الجمالية أكثر رهافة، وتهذيب العين بتدريبها على تمييز الفروق الدقيقة، وعلى التمتع بالتفاصيل الدقيقة والرقيقة، واستقبال الأشكال الجديدة. إن الملبس، الذي لم يعد ينتقل من جيل إلى جيل وعرف قدرًا كبيرًا من التنوع والخيارات، أثرى فرص الانفصال عن المعايير القديمة، وتقدير الأشكال بطريقة أكثر فردية. والتأكيد على ذوق أكثر شخصية؛ فأصبح باستطاعتنا، مذّاك، أن نحكم بحرية أكثر على أناقة الآخرين. وعلى أذواقهم جيدة كانت أو سيئة، وعلى "أخطائهم" أو على فضائلهم. وقد سجل ن. الياس كيف أن عالم البلاط التنافسي استتبع فن ملاحظة وتأويل أشباهه، فن دراسة سلوكيات البشر وتحركاتهم(2)؛ كما أن الموضة استخدمت للغرض ذاته بالتوازي، من خلال المظهر والأذواق. ففي ظل وجود الموضة، لن يتوقف البشر عن ملاحظة أنفسهم ولا عن

(1) Bernard GRILLET, Les Femmes et les fards dans l'Antiquité grecque, Paris, Ed. du C.N.R.S. , 1975.

(2) Norbert ELIAS, La Société de cour, Paris, Calmann-Lévy, 1974, pp. 98-101.

تقدير مظهرهم ومظهر الآخرين، والانتباه للفروق الدقيقة في الهيئة والألوان، وأجزاء الملبس. ومع كونها جهازًا لتوليد أحكام جمالية واجتماعية، حبذت الموضة النظرة النقدية عند الحضريين. وحاكت الملاحظات التي تؤخذ على أناقة الآخرين، وكانت وسيلة لإضفاء الاستقلالية على الأذواق، على الرغم مما تضمنته من انتشار لتيارات المحاكاة.

لكن الموضة لم تكن فقط مسرحًا للإعجاب بعروض الآخرين، بل إنها أنتجت في الوقت ذاته، استثمارًا للذات، وملاحظة جمالية دون أى سابقة. إن للموضة جزءًا مكونًا يرتبط بمتعة الرؤية، ولكن أيضًا بمتعة أن يكون المرء محطًا للمشاهدة، بأن يعرض نفسه أمام نظرة الآخر. وإذا كانت الموضة لم تخلق النرجسية، علنًا، فإنها قد أعادت إنتاجها بطريقة جليّة وجعلت منها بنية تركيبية ومستمرة للحضريين، وذلك بتشجيعهم على الاهتمام الزائد بعروضهم التمثيلية، وعلى البحث عن الأناقة، والفضائل والأصالة. إن التنوع اللا محدود للموضة وشرفة الأناقة يدعوان إلى الدراسة، وإلى الأخذ بآخر الصيحات، وإلى الاهتمام بالمظهر. إن الموضة لا تسمح فقط بإظهار الانتماء لدرجة معينة وطبقة اجتماعية معينة أو إلى أمّة معينة بل كانت شعاعًا موجهًا لإضفاء الفردانية النرجسية على الذات، وأداة لتوسيع التقديس الجمالي للإناث، وذلك في قلب العصر الأرستقراطي ذاته. إنها أول صيغة كبرى لإنتاج الشخصية الظاهرة بشكل اجتماعي منتظم. أضفت الموضة تجميلًا وفردانية على التفاهة الإنسانية، كما نجحت في جعل الظاهري أداة للتصالح، ومبتغى للحياة.

الموضة: تعبير تراتبي... تعبير فردي

الموضة هي نظام أصلي ذو انتظام وضغط اجتماعي: تقدم تغييراته سمة جبرية، ويصاحبها "واجب" وتبنٍّ ومحاكاة، وتفرض نفسها لزوميًا بشكل أو بآخر على وسط اجتماعي محدد، هذا هو "استبداد" الموضة الذي أدين على مر العصور. استبداد خاص جدًا لأنه بلا عواقب وخيمة اللهم إلا ضحك وسخرية المعاصرين أو لومهم. ولكن وسائل المطابقة الاجتماعية استطاعت أن تكون ذات بعض الفعالية، خصوصًا في عصور الشرف والتراتبية، لكنها غير كافية لتفسير ظاهرة وباء الموضة. وبشكل جوهري أكثر، فإنها تعبر عن

رغبة الأفراد في التشبّه بالصفوة، أصحاب البريق، بريق النفوذ والدرجة الاجتماعية، التي نشرتها مراسيم الموضة: في قلب ذُيوع صيت الموضة، فكانت محاكاة الرغبات والسلوكيات تنتشر من القمة إلى القاعدة، ومن أعلى إلى أسفل، في العصور الأرستقراطية وحتى وقت قريب، وفقًا لصياغة ج. دي. تارد. تلك كانت مسيرة موجات المحاكاة: بالطبع كانت عيون أفراد البلاط معلّقة بالملك وكبار السادة، بينما تأخذ المدينة مثالها من النماذج البارزة في البلاط وبين طبقة النبلاء. لم يكن انتشار الموضة صورة من صور القيد الاجتماعي بقدر ما كانت أداة لإعادة تقديم وتأكيد اجتماعيين، ولم تكن نمطًا من أنماط التحكم الجماعي بقدر ما كانت علامة على المطالبة الاجتماعية.

لم تصل الموضة إلى الطبقات الدنيا من التراتبية فورًا. فقد احترمت عادات الزي، بشكل عام، لقرون عدة، هرمية الظروف: فكل أمة كانت ترتدي ملابس تخصها، وكانت القوة الجبرية للعادات تمنع تداخل السمات واغتصاب الميزات الأزيائية، فكانت تمنع الطبقات الشعبية من الارتداء مثل النبلاء، أو أن تتزين بالأكسسوارات والمجوهرات ذاتها. بقيت ملابس الموضة استهلاكًا للطبقة المرفهة صاحبة النفوذ حصريًا ولفترة طويلة. ومع ذلك تأسست ثروات برجوازية هائلة، اعتبارًا من القرن الثالث عشر والرابع عشر حين تطورت حركة التجارة والبنوك: فظهر محدثو النعمة الذين يرتدون مثل النبلاء، بمجوهراتهم وملابسهم الثمينة، لينافسوا النبلاء في الأناقة، في الوقت الذي تعددت فيه القوانين محدِّدَة النفقات في إيطاليا وفرنسا وإسبانيا وكانت تهدف إلى حماية الصناعات القومية ومنع "الإفراط" في استخدام المعادن النادرة والأحجار الكريمة، لكن أيضًا بهدف فرض تمييز أزيائي لتذكرة كل بمكانته وحالته في النظام التراتبي. لم يظهر الاختلاط الأزيائي إلا على صعيد محدود جدًا، اعتبارًا من القرن السادس عشر والسابع عشر: وانتشر تقليد ملابس النبلاء في الطبقات الاجتماعية الجديدة، فوصلت الموضة الى الطبقة المتوسطة وإلى البرجوازية الفقيرة في بعض الأحيان، فاتخذ المحامون وصغار التجار، في قطاعات واسعة، الأنسجة والتسريحات والدانتيلا التى اشتهر بها النبلاء. كما ستتابع السيرورة ذاتها في القرن الثامن عشر، بشكل أكثر تشددًا، حيث سنشهد في الطبقات الميسورة والحضريّة، دون الطبقات

الرعوية، سنرى الحرفيين والتجار يزينون وجوههم بالمساحيق ويرتدون الباروكات مثلهم مثل الأرستقراطيين.

حتى وإن لم يبلغ الزي البرجوازي بهرجة وجرأة الزي الأرستقراطي وثراءه، حتى وإن لم ينتشر إلا بعد حين، عندما بدأ استخدامه يختفي من البلاط، فقد بقي كحركة بطيئة ومحدودة لتعميم الموضة، كتشوّش للشروط الأزيائية على الرغم من التعديلات الشكليّة المحددة للنفقات، والتي لم تلغ قط. منذ قرون، منعت أوامر عديدة ذات وصفيّة دقيقة الطبقات الشعبيّة من تقليد إكسسوارات النبلاء وحتى أشكال زيّهم. ومن المعروف أن التهديدات والغرامات لم تكن فعالة قط وهوجمت في معظم الأحيان. ويعد مصير القوانين المحددة للنفقات تجليًا مثاليًا للطريقة التي يعمل بها النظام القديم والتي أوجزها توكفيل قائلا: "قاعدة صارمة، وتطبيق رخو". لم يقبل النبلاء قط التخلي عن تكاليف الأبهة ولم يكفوا عن إيجاد وسائل جديدة تتعارض والقوانين لكي يزيدوا من بريق الرفاهية التي يعيشونها. وبالنسبة للبرجوازية الثريّة، ونقل علامات التقدير الاجتماعي الظاهرة فقد ضاعفت على مر القرون من خرق للقواعد، عند تبني عنصر أو آخر من عناصر الأزياء الأرستقراطية. إن تشوش الأزياء وتوجهات السلطة المطلقة في سنوات العشرينيات من القرن السابع عشر، في ظل حكومة ريشليو، فرّغت تلك القوانين من سمتها الإقصائية الحرفية، وبقيت المصروفات المتعلقة بالملبس محط منع دائم، فيما ستتوجه تلك التكريمات من الآن فصاعدًا إلى الجميع بلا تمييز، ولن تعير الاهتمام مجددًا للحالات أو الظروف[1] إلا أن مرسوم الاتفاق لسنة ١٧٩٣ الذي أعلن المبدأ الديمقراطي لحرية اختيار الملبس، لم يفعل إلا شرعنة وإتمام واقع معيش مسبقًا منذ ما يزيد على قرنين من الزمان في الطبقات العليا والمتوسطة من المجتمع.

وإذا كان يجب عدم المبالغة في تقدير دور الموضة في هذه السيرورة الجزئية لإضفاء المساواة على المظهر، إلا أنها، بلا شك، ساهمت فيه. سمحت الموضة بزعزعة النظام المستقر للمظهر التقليدي وأشكال الفصل الممايز بين المجموعات، حيث حبّذت الجرأة وخرق

([1]) I. GODARD DE DONVILLE, op. cit., pp. 208-212.

المألوف بطرق متعددة ليس فقط عند طبقة النبلاء وإنما عند الطبقة البرجوازية. لابد وأن يتم إدراك الموضة باعتبارها أداة لمساواة الظروف، إنها تقلق مبدأ عدم المساواة الأزيائي. وتوجه السلوكيات والقيم التقليدية لصالح التعطش إلى الصيحات الجديدة وإلى الحق الضمني في "الطلّة الجذّابة" وإلى التفاهة. ولكن الموضة لا يمكن أن تكون وسيلة للثورة الديمقراطية حيث تصاحبها، بشكل جوهري أكثر، سيرورة مزدوجة للنتائج غير القابلة للحسبان لتاريخ مجتمعاتنا: النمو الاقتصادي للطبقة البرجوازية من ناحية وازدهار الدولة الحديثة من ناحية أخرى، هما ما منحا، معًا، واقعًا وشرعية لرغبات الرفعة الاجتماعية للطبقات الكادحة. أصالة وغموض الموضة: تمييز اجتماعي وعلامة فارقة على العلوية الاجتماعية، فالموضة ليست وسيلة خاصة للثورة الديمقراطية. إذ أذابت، من ناحية، الفوارق القائمة وسمحت بالتقارب والتداخل بين السمات المختلفة. ومن ناحية أخرى، أعادت إنتاج المنطق المتعالى القديم لابراز علامات النفوذ، وبريق رموز الهيمنة والآخرية الاجتماعية. تكمن مفارقة الموضة في أن المظاهر المعروضة لشعارات التراتبية ساهمت في حركة المساواة في المظهر .

مملكة الموضة لم تكن إلّا مرادفًا جزئيًا للمحاكاة الآلية؛ وبشكل أعمق، يجب تشبيهها بالمحاكاة الانتقائية والخاضعة للتحكم. فحتى لو أخذت الطبقات البرجوازية، فعليًا، نماذجها من طبقة النبلاء، فهي لم تقلدها بكاملها، فكل الصيحات الطائشة لم تكن لتُقبل وهو ما ينطبق أيضًا على البلاط. في الدوائر الحضرية، لم تكن المبالغات متشابهة في مُجمَلها، كما استمرت معالم المظهر الغريبة، في الطبقات البرجوازية، محط تنديد أكثر من الإعجاب. كما استمرت في بداية القرن السابع عشر موضة أخرى بالتوازي مع البلاط، إنها الموضة الوقتيّة "للرجل الشريف" المتخلصة من المبالغات الأرستقراطية ومتطابقة مع القيم البرجوازية من تحفظ واعتدال وعمليّة ونظافة وراحة. هذه الموضة" الهادئة"[1] كانت، برفضها لشطحات رجال البلاط، هي أثر تنقية المعايير البرجوازية، ولم تقتبس من البلاط إلا ما لا يصطدم بتلك المعايير من حس رفيع واعتدال وتعقل. إن خصوصية محاكاة الموضة تكمن في كونها تعمل على مستويات مختلفة: المطابقة المتشددة للتكيف الأمين بشكل أو بآخر، والتبعية العمياء

---

(1) I. GODARD DE DONVILLE, op. cit., pp. 170-184.

للتكيّف المدروس. مما لا شك فيه أن الموضة تتمايز وفقًا للطبقات الاجتماعية والحالات ولكن في تلك المفردات الوحيدة تترك الفرصة لمساحة أساسية للظاهرة: لعبة الحرية المتأصّلة في الموضة، إمكانيات الفروق الدقيقة والتدرجات وتبني الموضة أو رفضها. إنه تأسيس يسجّل في نظامه الحواجز الجامدة للمطابقة وللمثل العليا للطبقات، ومع ذلك تعد الموضة مؤسسة نستطيع من خلالها ممارسة الحرية ونقد الأفراد. على النقيض من الفجوة التى تفصل البلاط عن المدينة، نحن لا نستطيع أن نضع في موقع التعارض الموضة الأرستقراطية، حيث انتصار "الفردانية" والموضة البرجوازية التي يسيطر عليها الخضوع للأعراف وللجماعية. إن موضة البلاط لم تكن غريبة عن المطابقة بشكل جلي، كما تركت موضة المدينة المساحة لظهور معالم معبرة عن الانعتاق الجمالي للفرد. والشيء الأكثر تميزًا في مسألة الموضة يكمن في تكوينها السلس نسبيا، خالقًا مساحة للتدرج، وللتراكيب المعقدة للرفض وللتبني. إنها الموضة كنظام هي التى لا يمكن أن تنفصل عن "الفردانية" -وبكلمات أخرى، فهناك مدى نسبيّ متروك للفرد كي يرفض، أو يعدّل أو يقبل بآخر الصيحات، ومبدأ دائم للخضوع للقواعد العامة من عدمه. على الجانب الآخر من المطابقة الجليّة للسلوكيات وللفروق بين الطبقات، تخلّص المظهر من الزي الموحد التقليدي، وأصبح مسألة تتعلق بالأذواق الخاصة والاختيار والوضعية الشخصية، تبعًا للعصور والأوساط والبشر وبشكل غير تام وغير متكافئ.

وإذا كانت الموضة قد انتشرت من أعلى لأسفل بفعل موجات التقليد، فإنها قد تميزت كذلك بمحاكاة غير مسبوقة للأنماط، بشكل إقليمي حرفي: إن الموضة في العصر الأرستقراطي هي موضة قومية. وبدلًا عن وحدة هويّة الزي في أوروبا الغربية في القرن الثامن عشر، حرصت كل دولة على تمييز زيّها، إقليميا، من خلال العناصر الخاصة، اعتبارًا من القرن الرابع عشر حتى القرن التاسع عشر، ليختلف عن أزياء جيرانها. لقد سجلت الموضة في فضائها صعود الفعل والشعور القومي في أوروبا اعتبارًا من نهاية العصور الوسطى. كما ساهمت، حين قدمت الزي القومي، في تدعيم وعي الانتماء للجماعة السياسية أو الثقافية ذاتها. وعلى الرغم من السمة القومية للموضة عبر هذه القرون الخمسة، فإنها قد تعددت بكثرة البصمات والتأثيرات وتمت ممارستها لخدمة نفوذ الدول وهيمنتها، وليس

لخدمة مؤسسة متخصصة، كما سيكون الحال لاحقًا، مع تأسيس صناعة الأزياء الراقية. طوال هذه المرحلة التاريخية الطويلة، لم يكن الحرفيون إلّا مجرد منفّذين لخدمة زبائنهم؛ دون سلطة المبادرة أو اعتبارية اجتماعية، كما لم ينجحوا، باستثناء" تجار الموضة" في القرن الثامن عشر، في فرض أنفسهم باعتبارهم مبدعين. كان هناك تحرر في أذواق الأنيقات والأنيقين، وتأكيد على شخصية الزبون، وليس على الخياط-المنتج: ولم يتخط مبدأ الفردانية، في العصر الأرستقراطي، هذا الحد. في ظل هذه الظروف، لم يكن تطور الموضة يستطيع أن يتحدد في مهنة ذات استقلالية خاصة وشرعية حقيقية؛ بل وجدت، في المقابل، ولو جزئيًا على الأقل، تحت تبعية المنطق السياسي لنفوذ الأمم. بعد حركات ودوائر من التأثيرات المركبة التى هي خارج موضوع هذا الكتاب، لكن لعبت فيها إيطاليا والولايات البرجونية وإسبانيا دورًا أولويًا، بينما نجحت الموضة الفرنسية، اعتبارًا من منتصف القرن السابع عشر، أن تفرض نفسها بشكل مستمر وأن تبدو أكثر فأكثر باعتبارها منارة للأناقة.

تلك الفردانية القومية كانت لها صدى وهو ما أطلق عليه الفردانية الجمالية. سمحت الموضة باستقلالية فردانية نسبية فيما يتعلق بالمظهر، في مقابل القيود الجماعية، وأسست علاقة غير مسبوقة بين الفرد والقواعد الاجتماعية. تكمن خصوصية الموضة في معيار مجمل، وفي الوقت ذاته، تركت مساحة لظهور الذوق الشخصي: إذ ينبغي للفرد أن يشبه الآخرين، دون أن يكون مثلهم تمامًا، ينبغي أن يتبع التيار وأن يعبّر، في الوقت ذاته، عن ذوق خاص"[1]. تلك الوضعية التى ألّفت بين التقليد والفردانية تواجدت على مستويات عدة، في جميع الفضاءات التى تمارس فيها الموضة، ولكنها لم تبد على البريق ذاته الذي ظهرت به فيما يتعلق بالمظهر، وذلك لأن الملبس، والتصفيفات، واستخدام أدوات التجميل هى العلامات الاستعراضية الأكثر فورية لتأكيد الأنا. إذا كانت الموضة تسيطر إلى هذا الحد على المظهر، فذلك لأنها وسيلة مفضّلة للتعبير عن توحيد الأفراد: كانت الموضة وسيلة ذات انتشار واسع لتدوين الاختلاف والحرية الفردية، وإن تم ذلك على مستوى " سطحي" وبطريقة منظمة، أكثر من كونها علامة على الظرف والطبقة الاجتماعية والدولة. وسوف يتطلب منطق الموضة ارتداء

([1]) Edmond GOBLOT, La Barrière et le Niveau (1930). Paris, P.U.F., 1967, p. 47.

الملابس والصيحات التى تحظى بتفضيل اللحظة، ولكنها، ستحبّذ، في الوقت ذاتـه، المبـادرة والذوق الفردي فيما يتعلق بالزينة وفانتازيا التفاصيل. لقد كان التركيب الأسـاسي للملـبس هـو اللزومـي ولـيس الإكسـسوارات والعنـاصر التكميليـة التـى كانـت موضـع الـذوق والشخصية الفردية. لقد أصبح الاختيار فرديًا من الآن فـصاعدا في ارتـداء مـا يتماشـى مـع الموضة، ولكن محددًا بشكل متشدد في الألوان، وفي بعض تفاصـيل الـشكل، وحجـم فتحـة الصدر وعقد الأربطة ومواضع الدانتيلا، والأجزاء التزيينية، وحجم وارتفاع الهـاي كـول، واتساع التنورة المنتفخة. إن التطابق المتشدد للموجات، وسيرورة التمايز الفردي لا ينفصلان تاريخيا، والأصالة العظمـى للموضـة تكمـن في الـربط بـين المطابقـة في المجمـل والحريـة في الاختيارات الصغيرة والتنويعات الشخصية الصغيرة. الموضـة، كتعبـير عـن حريـة الأفـراد الفاعلين: تلك الظاهرة تعدّلت تمامًا، حتى فيما يتعلـق بـالملبس الـشائع خـارج الـبلاط، كـما نددت بها كتابات عدة في النصف الأول من القرن السابع عشر: "إذا تقابـل أربعـة فرنـسيين على "بون نوف" سيرتدي كل منهم موضـته الخاصـة، فـإذا مـر أيجلوسكـسوني، يـرى أنهـا متنوعة ومتعددة"[1]."

بالتوازي مع تلك الحرية الجماليّة التفـصيلية والعامـة في مجملهـا، تتأكـد الفردانيـة في الموضة بأسلوب تفخيمي أكثر، وبطريقة نظامية في فضاء السلطة وفي أروقة البلاط. واعتبارًا من نهاية العصور الوسطى، باتت الموضة هي الرافـد للـذوق المتغـير لرجـال الـبلاط وكبـار السادة، وبدت كمرسوم جمالي قادم للتجاوب مع حالة نفسية، وإلهـام، وإرادة خاصـة، حتـى وإن كانت مقيدة، بشكل علنـي، بكبـار الشخـصيات في المجتمـع. لا تعـد الملابـس تنتمـي للذاكرة الجماعية، بل أصبحت انعكاسًا متفـردًا لميـول الهيمنـة والـسلطة. إن محاكـاة الموضـة يمكن تفسيرها خارج هذه "الفردانية الخلاقة" غير المسبوقة تاريخيًا، للكهنة. وتترجم الموضة الاقتحام الشارح والدائم للمبادرة الفردية فيما يتعلق بالمظهر، وقدرة كبار هذا العالم على قطع استمرارية الأعراف بشكل فجائي، والدفع بتغييرات في الشكل، والكثافة، والألوان. كانـت "وصيّة" الملك رينيه، فيما بين عامي ١٤٤٧ و١٤٤٩ تتكون من ثلاثة ألـوان، أسـود وأبـيض

[1] FITELIEU, La Contre-Mode (1642), et L. GODARD DE DONVILLE, op. cit., p. 28.

ورمادي بعد عامين وجدناها أبيض وبنفسجيًا، وفي نهاية حكمه، وجدنا صفحاتها بالأسود والقرمزي، وربما كانت انعكاسا لما يلاقيه من صعوبات سياسية وحالة الحداد العائلي الذي كان يعيشه"[1]. إذن تتغير الملابس بتغير تفضيلات ذوي النفوذ، فتضفي الرمزية على شخصية ما، وعلى حالة الذهنية، على شعور فردي، لقد أصبحت علامات ولغات مثل العملات المطرزة الأحادية التي ظهرت في القرن الرابع عشر، ومثل العديد من الرموز الشخصية الأخرى للفرسان. في وقت لاحق، أطلقت الأميرة جين أميرة البرتغال زي الفردوجو الذي يشبه زي الجلاد (Verdugo) لتخفي حملها، كما وضع لويس الثالث عشر موضة الذقون المدببة، كما كان لويس الرابع عشر هو أصل العديد من الموضات الذكورية المختلفة كي يعطي صورة ما لسلطته: فالموضة، على خلاف العادة، تتطلب التدخل الفردي الحر، والقدرة المتفردة والمتعلقة بنوازع الفرد لزعزعة نظام المظهر .

تتابعت صور عديدة، على مر العصور، لأصحاب النفوذ الذين كانوا " حكّام وزراء الأناقة"، فكبار السادة قادرون على إطلاق الموضات والتي أحيانًا ما تبقى مرتبطة بأسمائهم. إن الفردانية تترجم في مجال الموضة من خلال كل ما تتمتع به من بريق في تلك القدرة التي تتوفر لبعض كبار النبلاء في التشجيع الحُر للصيحات الجديدة، وأن يكونوا قادة للذوق وللفضائل في المجتمعات الراقية. كما تتجلى، وإن كان بطريقة أخرى، من خلال البحث التفاخري عن التمايز والأصالة الفردية لرجال البلاط/ والماركيز، والمتمدنين بالزي الفخيم في البلاط ثم في الصالونات. فخضعت العديد من التجسيدات الشهيرة لتلك الرموز الخاصة للفردانية النَزِقَة، لتقديس مقنّن للتمييز الشخصي والاجتماعي عبر سيرورة تدرجيّة في علامات المظهر.أصبحت المبالغة الجمالية والمجانية من مكونات الموضة وافتراضية للفرد المتحرر من نظام الأزياء التقليدي. لا تتعارض محاكاة الموضة مع الفردانية، وإنما تستقبلها في صورة شكلين متقابلين بوضوح، متقبّلة الدرجات الأكثر رهافة الوسيطة والمكوّنة: فمن

---

(1) Fr. PIPONNIER, op. cit., p. 245.

ناحية لدينا الفردانية المتلاشية، من قِبل عدد كبير من الأفراد، ومن ناحية أخرى، هناك، الفردانية المثبّتة للشطحات الحضريّة.

ومع ذلك تجاهلت المجتمعات القديمة البحث الجمالي للخاصة ومظاهر الرغبة في الغواية فيما يتعلق بالمظهر. في اليونان، كان عدد كبير من التعديلات يمكن أن يتحقق انطلاقًا من قطعة القماش المستطيلة ذاتها، على أساس من الزي المتهدّل القديم الذي كان يرتديه الجنسان. فتوفر العديد من الترتيبات المختلفة، كاشفة بلا شك عن أذواق ومواهب جمالية خاصة، ولكن هذا البعد الشخصي لا يشبه مطلقًا المنطق الفرداني المكون للموضة. كلما ساد الزي التقليدي، كان مظهر الأشخاص واقعًا في معيّة وتبعية قواعد الأسلاف الشائعة؛ لم تستطع، بالطبع، الأطراف الاجتماعية المعنيّة أن تتجاوز في الاستخدامات بشكل مفتوح، كما ابتكرت صيحات جديدة بلا توقف، وأساليب جديدة. حتى في حالة التنوع الكبير للمواءمات، كما كان الحال في اليونان، كانت مرتّبة بكل الطرق، محددة مسبقًا بواسطة المجموع المغلق للتراكيب المتاحة. فكان بإمكان الفرد أن يعدد العناصر ويركبها، ولكن في حدود الأرشيف الشائع الذي وضعته العادات: كانت هناك ألعاب من التراكيب، وليس الابتكارات الشكليّة. إن أولوية الموضة تتوافق على العكس مع زعزعة هذه الوضعية، مع صعود مبدأ الاستقلالية الفردية الجمالية في مظهريه الكبيرين: ابتكار مهيمن بالنسبة للبعض، وتكييف المعايير مع الأذواق الخاصة بالنسبة للبعض الآخر.

استمرت المعايير الجماعية في الانتصار بقوة، كما تشهد تيارات المحاكاة والشكوى من استبداد الموضة. ولكن تحت سطح من التجدد والتعديل الراديكالي المفعّل: امتلك الفرد الحق في ابتكار ذوق خاص، ليس بشكل كامل بلا شك ولكن بالقدر الفعّال، والتعبير عنه بجرأة وأصالة. اكتسبت فردانية المظهر شرعية حضرية، كما أصبح البحث الجمالي عن الاختلاف وعما هو غير مسبوق منطقًا مكونًا لعالم المظهر. بعيدًا عن أن يكون تابعًا بشكل تام لمعيار المجموع، واكتسب العنصر الفردي جانبًا من المبادرة الخلاقة، الإصلاحية أو التكيفية: أفسحت سيادة القانون الثابت للمجموع المجال لتثمين التغيير والأصالة الفردية. والأساس، تاريخيًا، يكمن هنا: الفردانية في الموضة هي الإمكانية المعترف بها للوحدة

الفردية-حتى وإن تحقق ذلك في الطبقة الاجتماعية الرفيعة-أن تكون قادرًا على المبادرة والتحول، على تغيير النظام القائم، وأن يمتلك المرء بنفسه استحقاق وجدارة صيحات جديدة أو، على صعيد أكثر تواضعًا، أن تقدم بعض العناصر التفصيلية المطابقة لذوقه الخاص. حتى وإن ظل الفرد مطيعًا مخلصًا، في أغلب الأحيان، للقواعد الأزيائية الجماعية، وهو ما ينتهي بخضوعه من حيث المبدأ للمجموع: هنا حيث كان ينبغي الاندماج في قانون المجموعة، الأمر يتعلق الآن بتثمين وتمييز متفرد؛ هنا عندما كان يجب إعادة إنتاج الماضي، هناك حتمية للتغيير والذوق الخلاق الفردي. ومهما كان العمق الفعلي لتلك التحولات في سلوك عدد كبير، فإن القطيعة مع النظام التقليدي والخضوع للكيان المفرد الذي يتطلبه قد تمت بالفعل. ومن نظام مغلق، مجهّل، ساكن، انتقلنا إلى نظام لا محدود، من الناحية النظرية، مفتوح على شخصنة المظهر وعلى التحولات المتحررة للأشكال.

إنها مبادرة فردية في أشكال التزين، وإبداع علامات أزيائية جديدة، انتصارًا لحكّام الموضة: بعيدًا عن التناقض مع تأكيد الشخصية، كما نحب كثيرًا أن نردد، لقد قامت الموضة تاريخيًا على قيمة الفردانية والمطالبة بها، على حتمية التفرد الشخصي. فتحقق مظهرًا مهيمنًا، في قلب العالم الذي تسيطر عليه القيم التراتبية، للفرد المتحضّر: إنها فردانية الذوق التي تطورت بالتوازي مع الفردانية الاقتصادية والدينية، والتي سبقت الفردانية الأيدلوجية لعصر المساواة. إن الاستقلالية الشخصية في ممارسات الأناقة سبقت تثمين الفرد، سمة الأيدلوجية الحديثة، وحرية التصرف، المقيّدة بالتأكيد، هي التي سبقت إعلان حقوق الإنسان. ونرى، من خلال الموضة، الصعود المبكر جدًا لفردانية مدنية بكل ما تحمله الكلمة من معنى مع ظهور علامات تميز الشخص كما لو كان تفوقًا اجتماعيًا. وانطلاقًا من فردانية الموضة، طوال هذه الفترة، يجب القول إنها كانت فردانية أرستقراطية، وهي حالة من المظهر المعقد التي جعلت مبدأ "الكُلّيّة" للتماسك الاجتماعي يتعايش مع المبدأ الحديث للانعتاق الفردي. ليس صحيحًا إذن أن الموضة ترتبط بهذا النفوذ الطاغي الجديد للجماعية المرفوضة من جميع الأوجه: وبشكل أكثر تحديدًا، فهي تترجم ضرورة استقلالية الأفراد في عالم المظهر، وهي علامة افتتاحية لانعتاق الفردانية الجمالية، وانفراجة فيما يخص الحق في إضفاء السمات الشخصية على الاختيارات، حتى وإن خضع ذلك للمراسيم المتغيرة للجماعة. وعلى المستوى

المتناسب مع تلك الحقيقة، تعد الموضة عاملًا لفسخ نسيج الهيمنة الأزلية للتنظيم الكلي، كما تعد حدًا لسيرورة السيطرة الاجتماعية والسياسية في المجتمعات الحديثة. إن تقاطع نظام الدولة-والنظام الإداري، وكذلك تمام برمجة الأجساد ليس سوى أحد أوجه تطور العالم الحديث. بالتوازي مع الترويض القاعدي والاختراق المتزايد للمجال السياسي في المجتمعات المدنية، تخلص الفضاء الخاص شيئًا فشيئًا من التدوين الجمعي المسبق، كما تأكدت هنا الاستقلالية الجمالية، حيث لم نتوقف عن إثارة ديكتاتورية الموجات وردود الأفعال المبالغة. بدأت الموضة تعبّر، من حيث الرفاهية والغموض، عن هذا الابتكار الخاص بالغرب: فرد حر، متحرر، خلاق، ومرتبط بنشوة الأنا النَزِقَة.

فيما وراء تنافس الطبقات

تبقى إشكالية أصول الموضة لا مفر منها، مع كونها بسيطة وعنيفة في صياغتها: لماذا ظهرت الموضة وتطورت في الغرب وليس في أي مكان آخر؟ وكيف نفسّر موجات المد والجزر المتلاحقة في الأشكال والأذواق التي انتشرت في المجتمعات الغربية منذ ستة قرون؟ واللافت للنظر هو قلة التساؤلات النظرية التي أثارتها تلك الإشكالية. كيف تجاهلناها؟ نحن عاجزون بشكل يدعو للدهشة، فيما يتعلق بأصول الموضة ومصادرها. وما يعد مرجعًا معتمدًا لها، تم إصداره في القرن التاسع عشر، ولم تتطور نظرياته، مذّاك، في عمقها، إلّا قليلًا. فيما اكتفت، بالمراجعة والتدقيق في مباديء ثابتة وقائمة كحقائق عقائديّة من وجهة نظر الفكر السوسيولوجي. دون تجديد حقيقي، مع العديد من النظريات الملتفّة، وهكذا تتضح الحالة؛ حيث نجح نموذج التمييز الاجتماعي بين الطبقات في الظهور التدريجي كمفتاح، لا غنى عنه، للظاهرة. لا تشارك الصفحات التالية في التأكيد ذاته، بل ستتجاوز فكرة أن النماذج الاجتماعية المعروضة بعيدة عن أن تكون كافية لبلوغ طموحهم المشروع. وسوف تظهر حدود التمييز، وتضاعف من عناصر التحليل وذلك بوضع الظواهر الثانوية في مكانها الصحيح. إذ إنه لابد من اللجوء إلى إعادة تأويل شاملة للموضة، بل إعادة النظر إلى الدور التاريخي للطبقات وللتنافس فيما بينها.

من المؤكد أننا لا نستطيع فهم ظهور الموضة دون ربطها بمجموع الظروف العامة في أوروبا الغربية بعد العام ألف. ظروف اقتصادية واجتماعية بالتأكيد، ولكن أيضًا، وعلى صعيد أكثر خفاءً، هذا الحدث الجلل المتمثّل في توقف الفتوحات، والفاتحين القادمين من الخارج. فمع نهاية الدمار وأعمال النهب البربري، سيعرف الغرب حصانة لن تتوفر في أي بقعة أخرى من العالم تقريبًا. ظاهرة ذات نتائج قيّمة. ليس فقط فيما يتعلق بالنمو الاقتصادي اللاحق، لكن وبالأخص من أجل انطلاقة الحضارة بأكملها والتي لن تسبب بعد الآن خسارات ناتجة عن النفوذ الخارجي وتؤثر على أرضها الثقافية. ستكون الحروب الأوروبية عديدة وقاتلة، إذ ستقع دائمًا وسط العائلة، أو في المنطقة المغلقة كما قال مارك بلوش. إذ توجبت خصوصية الغرب تلك بأن يكون في مأمن دائم من هذه الغارات الخارجية كي تستطيع الحضارة أن تنطلق نحو متع التدقيق في الأشكال وجنون الزائل. لم تكن ألعاب الطيش ممكنة إلّا بسبب هذا الاستقرار الثقافي العميق الذي يدعم مرسى دائمًا للهوية الجماعية: إذ يتأسس ثبات الهوية الثقافية الغربية، الاستثنائية في التاريخ، على جذور من مبدأ عدم الثبات.

كان لعوامل الحياة الاقتصادية التي ميّزت أُوروبا في القرون الوسطى تأثير أكثر مباشرة. فانطلق، اعتبارًا من القرن الحادي عشر، نمو اقتصادي مستمر قائم على المقاصة، وعلى الثورة الزراعية وتقنياتها، وتطور التجارة، والنمو النقدي، وانطلاقة المدن. كان لتطور الحضارة الماديّة، وتأسيس الإقطاع، وتفكيك السلطة الملكيّة الأثر في نمو عائدات كبار السادة وظهور مستوى الحياة الأرستقراطية. وبفضل المصادر المتنامية الناتجة عن استغلال حق استدعاء الموالي في النظام الإقطاعي القديم، وعن نمو الإنتاج الرعوي، تأسست بلاطات أميرية ثريّة فخمة كانت بمثابة الأرض المغذّية للموضة ومظاهر الرفاهية. ويجب أن نضيف إلى ما سبق الدفعة المتعلقة بالمدن، وإقامة المعارض والفروع المقامة خارج المدن، وتكثيف التبادلات التجارية التي سمحت بظهور معاقل جديدة للثروات المالية الضخمة. وفي القرن الثالث عشر، اتسعت المدن كثيرًا، فيما كانت المدن الإيطالية تقع في مركز العالم الاقتصادي، وحقق رجال الأعمال، والمفاوضة (السماسرة)، ورجال البنوك ثراءً ملحوظًا،

فبدأت طبقة برجوازية رفيعة تقلد طرق رفاهية النبلاء وأذواقهم. استطاعت الموضة أن تقف على هذا الأساس من النشاط الاقتصادي في الغرب، وعلى ثراء طبقات السادة والبرجوازيين.

ومع ذلك قد يكون من غير الدقيق أن نعتبر أن ميلاد الموضة جاء نتيجة مباشرة للتوسع الاقتصادي، بل، في الواقع، إن الموضة شهدت انطلاقتها في اللحظة التى عرف فيها الغرب عودة المجاعات والتراجع الاقتصادي، والحروب والمغزوات العسكرية، وانخفاض القسط السنوي للممتلكات، وانتشار الأوبئة. بل إن تحليق الولع الطائش الذي صاحب نهاية النمو الذي شهدته القرون الوسطى، في القرن الذي شهد ترك المزارعين الأراضي والأعمال الزراعية هو ما أدى إلى الضمور الاقتصادي لكبار ملاك المراعي. لقد تماشى ازدهار الموضة والصعوبات المالية، أو الانهيار تقريبًا، لقطاع من النبلاء تماشيا معًا، انهيار لا يفسره تراجع استصلاح الأراضي فقط، ولكن أيضًا الإخلاص لميل شعبي لتحديد النفقات. صحيح أن أزمة القرن الرابع عشر لم تؤثر بالطريقة ذاتها على كل الأقاليم وكل القطاعات الاقتصادية. وهي لم تمنع بعضًا من السادة الملاك من الحفاظ على نفوذهم، ومن أن ينمّوا، في القرن الخامس عشر، استصلاحات رعويّة كبيرة. كما لم تمنع رجال بنوك، ورجال الأعمال، والتجار، من تطوير حركة الأموال، وسوق البهارات والأقمشة والغلال. حتى وإن تأثرت الأنشطة التجارية في نهاية القرون الوسطى بآثار الأوقات الصعبة ولم تعد هي تلك الأنشطة التى كانت في أوقات النمو، أعطت المجال لاستمرارية انطلاقة المدن في إيطاليا وفي هانز الالمانية الى جانب الصعود الاستعراضي لمعاقل جديدة في كاستيل وألمانيا الجنوبية، ولومباردي وإنجلترا. إن أشكال الشقاء التى وقعت في نهاية القرون الوسطى لم تكن نتائجها واحدة في كل مكان أو بالنسبة للجميع: فعلى النقيض من الركود العام، كان هناك تركيز للثروات الكبرى وتكاثر للبرجوازية الثرية، والميل إلى الرفاهية والصرف الباذخ لتأكيد النفوذ، وبخاصة من ناحية الأزياء، فتضخمت تلك التوجهات في داخل الطبقة البرجوازية، المتعطشة لاستعراض أمارات نفوذها الجديد، كما في طبقة كبار السادة، المعنيين بالمحافظة على درجتهم الاجتماعية. في هذا السياق، فإن ظهور الموضة لا يترجم تغيرًا اقتصاديًا

عظيمًا بقدر ما يترجم استمرارية عادات البهاء الأرستقراطي التي لم تنجح الأزمة الاقتصادية في اقتلاعها.

بالتوازي مع تلك التقلبات للحياة الاقتصادية، ظهرت أبعاد أخرى للحضارة المادية، كاتساع التبادلات الدولية، والنهضة الحضرية والديناميكية الجديدة للحرفيين، التي أثّرت، ولو بطريقة أخرى، على تطور الموضة. سمحت صناعة النسيج والحركة التجارية الكبيرة، في القرون الوسطى، بتعدد المواد المستخدمة في تصنيع الملابس: حرير من الشرق الأقصى، فراء ثمين من روسيا ومن سكاندنافيا، وقطن تركي، وسوري أو مصري، جلود من الرباط، وريش من إفريقيا، ومصنوعات ملونة من آسيا الصغرى. وفّرت صناعات النسيج والصباغة الأقمشة التي تستخدمها الطبقات المرفهة وجالت في أوروبا بأكملها من خلال إقامة المعارض وحركة الملاحة البحرية: أقمشة من فنلندا وإنجلترا، وحرير من ألمانيا الجنوبية، ومخمل من ميلانو وفينيسيا وجنوة. تأسست، مع ازدهار المدن في العصور الوسطى، درجة عالية في تراتبية تقسيم العمل وتخصيص مكثف للمهن التي كانت قائمة بالفعل من قبل، في حوالي منتصف القرن الثالث عشر، وذلك من خلال الهيئات المهنية، والتنظيم الدقيق ووضع قواعد جماعية مسئولة عن التحكم في نوعية الأعمال والتدريب المهني. وعرض كتاب المهن لأيتان بوالو **Etienne Boileau** فيما بين عامي ١٢٦٠ و١٢٧٠، في باريس، بضع عشرة مهنة مختصة بالأزياء والملابس والمظهر بشكل عام: مصممو فساتين، وخياطون، إسكافيون... إلخ. سيتعين انتظار عام ١٦٧٥ حيث ستتأسس طائفة التزيّة وتحصل على الإذن بتصنيع ملابس السيدات: وحتى تلك اللحظة كان للمصممين الحق في التفصيل للجنسين، ماعدا الأجساد الضخمة. وقد لعبت المهن بأقطابها، وقواعدها التقليدية والتى وضعها وسجلها أعضاء الطائفة دورًا مهمًا في إنتاج الموضة حتى منتصف القرن التاسع عشر. فمن ناحية، قيد التخصيص المبالغ فيه والتأطير الطائفي ديناميكية المهن، والابتكار والخيال الفردي. ومن ناحية أخرى، سمحت بابتكارات متعددة في صناعة النسيج، والصباغة، والتنفيذ وامتلكت الشروط الواجبة لإنتاج عالى الجودة. إن الموضة، بإنتاجها المركبّ، وباهتمامها بالتفاصيل، لم تستطع أن تنطلق إلا انطلاقًا من انفصال في المهام. ولنأخذ في الاعتبار الزي الذكوري القصير الذي دشن بدايات الموضة، كيف يمكن له أن

يظهر دون هيئة للمهنة ذات تخصصية عالية؟ وعلى الاختلاف من السارو الطويل، الذي انتشر في القرون الوسطى، المنسدل من أعلى الرأس، أصبح الزي الذكوري الجديد ضيقًا جدًا ونافخًا للصدر: تطلّب هذا التحول في الزي قَصَّة محددة جدًا، وعملاً معقدًا أكثر فأكثر للخياطين، ومقدرة على الابتكار في تقنيات الكماليات (تركيب الأزرار، الأربطة مثلًا) حتى وإن لم يحظ الخياطون وباقي أصحاب المهن الأزيائية بالاعتراف الاجتماعي وظلوا في الظل من زبائنهم ذوى النفوذ، فقد ساهموا في تحديد الحركة اللا توافقية للموضة بخبرتهم ومعرفتهم للمهنة وابتكاراتهم المتعددة والمجهلة، لقد نجحوا، بفضل سيرورة التخصيص، في تجسيد مثال الرقي والفضيلة للطبقات الأرستقراطية.

لا يمكن لأي نظرية من نظريات الموضة إلا أن تكون قريبة من عناصر الحياة الاقتصادية والمادية. تلك الظواهر، وإن كانت مهمة، فإنها لم توضح التنويعات المستمرة والولع بالفانتازيا المصاحب للموضة. وهذا هو ما يدفعنا إلى الاعتقاد بأن مصدر الموضة ينبثق عن المنطق الاجتماعي أكثر منه عن الديناميكية الاقتصادية. والتحليل الأكثر كلاسيكية يقول: إن عدم استقرار الموضة يتجذر في التحولات الاجتماعية التى ظهرت على مدار النصف الثاني من المرحلة الثانية من القرون الوسطى التى ظلت تتسع تحت حكم النظام القديم. يقبع في أساس السيرورة، الصعود الاقتصادي الذي لحق بالطبقة البرجوازية الذي حبذ انطلاقة أذواقهم والاعتراف الاجتماعي بهم وفي الوقت نفسه التيارات المتزايدة لتقليد النبلاء. البحث عن رموز التمييز، والمنافسة بين الطبقات، تلك هي المكونات الأساسية التى تحكم تفسير ظاهرة الموضة، منذ ما يربو على القرن.

هناك نظرية استخدمت بكثرة حتى أيامنا هذه، وننسبها، اعتياديًا، لسبنسر **Spencer** فإن الطبقات الفقيرة قلدت طريقة الطبقات الراقية في ماذا يلبسون وكيف يبدون، بحثًا عن التقدير الاجتماعي. وكي تحافظ الطبقات الراقية على الفرق والدرجة الاجتماعية كانوا مجبرين على القبول بالابتكارات، وتغيير مظهرهم حالما يقلده الآخرون. ومع نجاح الطبقات البرجوازية، بفضل أسبقيتها وجرأتها، في استخدام الماركات الرفيعة التي يستخدمها النبلاء، فإن التغيير سيفرض نفسه.من أعلى كي يعيد تسجيل التمييز الاجتماعي.

من هذه الحركة المزدوجة للمحاكاة والتمييز ولدت الموضة"(1). ومن المعروف أنه مع انطلاقة الطبقة البرجوازية، شهدت أوروبا تزايدًا في الرغبة في الرفعة الاجتماعية تسارعت ظواهر عدوى المحاكاة؛ وحدث، كما لم يحدث في أي مكان آخر، أن كسرت الحواجز بين الطبقات، والحالات والظروف وباتساع ملحوظ. تلك الديناميكية الاجتماعية، مع كونها محدّدة إلا أنه لا يمكن أن تفسّر ديناميكية الموضة، بشطحاتها وإيقاعها المتقافز. ومن المستحيل قبول الفكرة القائلة بأن التغيير في الموضة لم يحدث إلّا بسبب ظاهرة الانتشار والمحاكاة الموسعة التي ألغت علامات النخبوية. فإن سرعة التنويعات ذاتها هي التي تعارض هذه الفرضيّة: غالبًا ما تنتهي الصيحات الجديدة أسرع بكثير من محاولات تقليدها بشكل سوقيّ، وهو ليس تأثير واقع لها، وإنما تأثير مطلوب؛ ليس استجابة سوسيولوجية ولكن مبادرة جماليّة، وقدرة، مستقلة، على التجديدات الشكلية. إن التغيير الذي يطرأ على الموضة لا يمكن اختزاله في اتساع حالات انتشار الموديلات، كما أنه ليس التأثير الحتمي لنزعة تحديد اجتماعي خارجي، ولا أي عقلنة ميكانيكية لهذا النمط يمكن أن توقف أهواء الموضة. ولكن ذلك لا يعني، بكل تأكيد، أنه لا يوجد منطق اجتماعي للموضة، ولكنه يحكم، بطريقة محددَة، البحث عن الصيحات الجديدة. ليست الميكانيكية الثقيلة المتحكمة في صراعات الطبقات، ولكن التمجيد "الحديث" لما هو جديد، والولع اللا منتهي للألعاب والمجانية الجمالية هو ما للموضة، لا ترجع إلى التهديدات التى تمارس على ا لحواجز الاجتماعية بقدر ما ترجع إلى العمل المستمر، متصلّب ولكن لا يمكن التنبؤ به ومتأثر بمثال الصيحات الجديدة وذوق الأشخاص في المجتمعات المتخلّصة من نفوذ الماضي. لقد ضَعُفَ البُعد الكلاسيكي والذي لا يلاحظ في تقلبات الموضة إلا كقيد مفروض من الخارج، وجبرية ناتجة عن الضغوط الرمزية للمطابقة الاجتماعية، فيما تتعلق بانتشار النهايات الجديدة والتطلعات الاجتماعية التاريخية.

---

(1) J.-Cl. FLUGEL ,Le Rêveur nu, de la parure vestimentaire (1930), Paris, Aubier, 1982, pp. 130-131.

Ed. GOBLOT, op. cit., p. 49.

ظهرنوع جديد من نموذج التمييز بين الطبقات وحظي بتفضيل واضعي نظريات الموضة. فلم يبق السباق المتبع وظواهر "تمييع الفروق" بين أسفل التراتبية وأعلاها، ولكن صراعات النفوذ داخل الطبقات المهيمنة نفسها. مع تطور الطبقة البرجوازية تجاريًا وماليًا انطلقت ظاهرة الصعود الاجتماعي وبأهمية كبرى: فالبرجوازيون الذين أصبحوا أثرياء، اشتروا إقطاعيات ومكاتب، وزوجوا أبناءهم من طبقة النبلاء. شهدت أوروبا، اعتبارًا من القرن الرابع عشر وحتى القرن الثامن عشر، نوعًا من التداخل البيني داخل الطبقات المهيمنة، وقد حبذت السلطة الملكية هذا الاتجاه، حيث انفتحت طبقة النبلاء على الطبقات الكادحة، شيئًا فشيئًا، حجزت طبقة النبلاء الجديدة من أصحاب الشهادات العليا مكانها إلى جانب النبلاء ذوي السيوف.بدأت سيرورة متسارعة من التمايز بين الطبقات الراقية، عندما أصبحت الثروات والتطلعات أكثر نشاطًا، وعندما أصبحت الحواجز الاجتماعية قابلة للتجاوز وعندما أزيحت ميزات الأصل والميلاد لصالح سلطة الثروة، إنه عصر المنافسة اللا نهائية من أجل النفوذ والألقاب المميزة. لقد دارت صراعات المنافسة بين الطبقات العليا قبل كل شيء، وبين درجات الطبقات المهيمنة، بين النبلاء والبرجوازية الثرية، بين نبلاء الشهادات والوظائف الحكومية ونبلاء السيف، بين نبلاء البلاط ونبلاء الأقاليم، ومن هنا خرجت ديناميكية الموضة"(1).

لا نسعى هنا بالطبع إلى إقرار الصراعات الداخلية وإستراتيجيات التمييز التي صاحبت ما شهدته الطبقة البرجوازية من حركات صعود وأخذ بعادات النبلاء، بل ننكر الفكرة القائلة بأنهم كانوا في أساس تقلبات الموضة. من الذي كان يقرر الموضة **taste makers**، منذ نهاية العصور الوسطى؟ سادة الموضة ومعلموها؟ من الذي أطلق وأعطى اسمه للصفحات الجديدة بما فيها أعلى الشخصيات في البلاط وأكثرهم وقوعًا في بؤرة الضوء، من المحظيين والمحظيات، كبار السادة والأميرات، بل والملك والملكة بأنفسهم؟ إن

---

(١) هذه النقطة تعد محور الأبحاث التي قام بها بيير بورديو **Pierre BOURDIEU** خاصة **LaDistinction, paris, Ed. de Minuit, 1979.**

R. KONIG, op. cit., pp. 80-83.

صراعات المنافسة بين الطبقات لم تستطع تقلّد الدور الذي أردناه لها بل كان الأمر أن من هو أعلى في التراتبية هو من يفرض التغير، حتى وإن لم يستطيعوا إلا أن يكونوا قابعين وراء القلق الذي انتاب طبقاتهم من أجل التصنيف الطبقي الاجتماعي .

من المؤكد أن مسألة ديناميكية الموضة لا يمكن أن تتجاهل التحولات التي أثّرت في وضعيات النخبة الاجتماعية وتطلعاتهم. فالأمر يتعلق بفهم كيف وصلت الطبقة العليا في التراتبية إلى استثمار نظام المظهر بهذه الطريقة، وكيف استطاعت أن تعمل على هدم النظام الثابت للعادات وأن تترك نفسها لدوامة الفانتازيا: إنه سؤال ذو أبعاد جديدة، ونهايات جديدة، وليس الحديث عن صراعات من أجل الدرجة الاجتماعية. وإذا كانت الموضة، بشكل مؤكد، أداة للتفاخر والتمييز بين الطبقات، فإن تلك الوظيفة لا تفسّر سلسلة الابتكارات والقطيعة مع التثمين التليد للماضي. إن إستراتيجيات التمييز الاجتماعي توضح بلا أدنى شك ظواهر انتشار الموضة واتساع رقعتها، دون أن تبين مصادر الصيحات الجديدة، وتقديس الحاضر الاجتماعي، وحتمية غير المسبوق. من المستحيل تقبل الفكرة القائلة بأن صراعات المنافسة على النفوذ بين المجموعات، صراعات قديمة قدم المجتمعات الإنسانية الأولى، تكون هي المبدأ لسيرورة حديثة تمامًا، دون أي سوابق تاريخية. وأكثر من ذلك، كيف. انطلاقا من ترسيمة مماثلة، أن ننظر للبحث عن الأصالة، على أنه بحث، ذو فروق دقيقة، عن متغيرات شخصية صغيرة في التفاصيل؟ من أين ولدت سيرورة إضفاء الفردانية على المظهر التى ميزت الموضة؟ إن نظريات التمييز لا تفسر الابتكار الدائم ولا صعود الاستقلالية الشخصية في نظام المظهر.

مع ذلك فإن الموضة ليست غريبة على ظواهر التنافس الاجتماعي. فنحن نعرف، انطلاقا من التحليلات الشهيرة ل فيبلن**Veblen** ، أن استهلاك الطبقات العليا يخضع أساسًا إلى مبدأ التباهي التفاخري، بهدف جذب علامات التقدير وعيون الآخرين. إن العمل المحرك لأصل الاستهلاك، هو تنافس البشر، وحب الذات الذي يحملهم على الرغبة العنيفة في المقارنة مع الآخرين والانتصار عليهم. وكي يحوزوا الشرف والنفوذ ويحتفظوا به، على الطبقات العليا أن تصرف ببذخ، وينبغي لها أن تستعرض الإثراء وعلامات الرفاهية، وأن

تظهر، متباهية، بطريقتها المناسبة إنهم ليسوا مضطرين للعمل المنتج والتافه. لقد وجدت الموضة، بتنويعاتها السريعة، وابتكاراتها "غير المفيدة" خصيصًا من أجل الصرف الباذخ العلني. فقد أصبحت عند فيبلن مجرد "لازمة"[1]، ووسيلة للحصول على التشريف الاجتماعي. فيبلن، الذي لاحظ من خلال هذا المقطع أنه " لم يمنح قط التفسير الكافي لتنويعات الموضة"[2]، لقد اعتقد أن نظرية التباهي المتفاخر وحدها كانت هي القادرة على الوصول إلى ذلك- أي تفسيرها-. هي التي تسمح وحدها بتفسير الفائدة العملية الخاصة بالموضة، وحدها. والكلام مازال ل فيبلن، هي مصدر تقلبات المظهر. إذا كانت الموضة عابرة إلى هذا الحد فذلك لأنها متنافرة وغير جمالية، لدرجة أننا لا نستطيع التصالح معها إلا لبرهة قليلة. إن الانكماش السسيولوجي بلغ هنا حده الأعلى: فالوله يترجم تطلعاتنا للتقدير الاجتماعي فقط، وغالبًا ما نحب الموضة لأنها تسمح بوضعنا في طبقة اجتماعية معينة، وبـ"منحنا ماركة"لاستغلاها تمايزيًا .

لقد سلطت نظرية فيبلن، بما لا يدع مجالًا للشك، الأضواء على مساحة أساسية للموضة: التكلفة الإشارية كوسيلة لتمييز درجة، لاستثارة الإعجاب وعرض وضعية اجتماعية. ترى أنها الآلية التي استخدمها معيار الاستهلاك التفاخري لتنهال شلالات الصيحات التي تتكون منها الموضة؟ ولماذا، على مر قرون، لم تطلق الموضة جنون الخدع التزيينية؟ تحليل فيبلن، لهذه النقطة، مقتضب: إن ما يفصل عصور الموضة عن عصور الاستقرار، لا يأخذ في جوهره، وفقًا لمؤلف كتاب نظرية طبقة المتعة إلا سخط لزوميّة التكلفة المرتبطة بالظروف الخاصة بالمدينة الكبيرة، حيث الطبقات العليا أكثر ثراءً، وأكثر حراكًا، وأقل تجانسًا مما كانت عليه في العصور التقليدية"[3]. إن قانون المنافسة والتسابق على احتذاء التقدير يفرض نفسه بشكل أكثر شراسة، كنتيجة للتغير المستمر في الأشكال والأساليب. إن الحركات المتقلبة للموضة لا تفعل، في هذا السياق، إلا تكثيفًا لقاعدة

---

(1) Thorstein VEBLEN, Théorie de la classe de loisir, trad. Franç., Paris, Gallimard, 1970, p. 114.

(2) Th. VEBLEN, ibid., p. 113.

(3) Ibid., pp. 115-116.

الاستهلاك التفاخري. ولكن هل كانت تلك القاعدة أقل تجليا في عصور أخرى؟ وهل مورست بطريقة أقل حدة في العصر الإغريقي الروماني، حين أقام عِليّة القوم مآدب هائلة بثروات طائلة، تدير الرأس، وشيّدوا البنايات ووزعوا نقودًا، وهبات وعروضًا من كل صنف ولون؟ لقد كان معيار التبذير شديد الخصوصية؛ ومع ذلك، فالموضة لم تستطع أن تجد مكانها المرموق وسط هذا النوع من المجتمعات. في الواقع، إن الإجبار في مسألة استعراض الثراء لم يزدهر في الغرب الحديث، بل ظهر بطريقة أخرى؛ بشكل أكثر تحديدًا، وتماشت بنيويًا مع البحث عن الاختلاف الفردي وعن الابتكار الجمالي. ويكمن في أساس المكانة الرفيعة للموضة، أكثر من الانتشار الكبير لميول التبذير بغرض التباهي، ظهور تطلبات جديدة، وقيم جديدة تُرجِمَت، بالتأكيد، في الشفرة الأزليّة للتبذير الاستعراضي، دون أن تُختَزَل فيه بشكل آلي. هنا نجد حدًا لسسيولوجيا الموضة لا يستخدم إلا كأداة للتصنيف الطبقي الاجتماعي، دون أية غاية جماليّة. "وإذا رجعنا ستّ سنوات إلى الخلف، سنرى كيف كانت أجمل الموديلات تبدو! ما يدفعنا لأن نقول صراحة بأن موديلات الموضة كانت قبيحة" كما كتب فيلن[1]. بالطبع هذا غير مقبول: فنحن لا نرتدي ما كان موضة من بضع سنوات، ولكن نحن مستمرون في الإعجاب بالعديد من الموضات المحلية المتوارثة. فموضة الماضي، والماضي البعيد مازالت ساحرة؛ غالبًا ما ننبهر فيها بالرقي ودقّة التفاصيل ورفاهيتها. وهذا هو الدليل أن جزءًا من مكونات الموضة يرتبط بالاحتياج الجمالي. وبعيدًا عن كونها "قبيحة أساسًا"، تعرّف الموضة انطلاقًا من منظور رفاهية الأناقة، والجمال، مهما كانت الشطحات، والمبالغات، والذوق السيئ، والذي من الممكن أن نمنحه، عبر العصور، ومن وقت لآخر، فضاءً حرًا.

بقي القول: إن الموضة تتصل بالاستهلاك الاستعراضي. كان لابد للاستهلاك البرهاني، في عصور عدم المساواة، أن يتم إدركه كمعيار اجتماعي للنظام الأرستقراطي، كلزوميّة ضرورية للتعبير عن التراتبية الاجتماعية. وقد دون ماكس ووبر من قبل أن الرفاهية "لم تكن بلا طائل عند الطبقة المسيطرة، ولكنها كانت وسيلة للتأكيد الذاتي." هذا التطلع

([1]) Ibid., p. 117.

الأرستقراطي في الهيمنة، الذي يصاحبه ازدراء للعمل، كان بالتأكيد، واحدًا من شروط ظهور الموضة: حيث لزم مثال مهيمن متداخل مع النظام العدائي للمجتمعات كي تتاح مجانية المظهر وألعابه الطائشة. كان مجتمع البلاط عاملًا فعالًا في حركة الموضة، لأنه طالما كان مسرحًا يبحث فيه النبلاء عن البريق والتميز، وحيث سادت منافسة مستمرة من أجل الوضعية والنفوذ، وفرضت لزوميّة المصاريف نفسها لتقديم الذات وتكريس الوضع الاجتماعي. مع تطور مجتمعات البلاط، أصبحت إشكالية الموضة ذات أهمية كبرى في دائرة النبلاء وأصحاب المناصب العليا الحربية والقضائية القديمة، الذين أولوا أهمية كبرى للألعاب والتمثيلات والمتع المدنية. كانت الموضة مرتبطة بالتغير في وضعية النبلاء، حتى قبل أن يتأكد بريقها المطلق. واعتبارًا من القرن الرابع عشر، تحديدًا منذ اللحظة التي سيمتلك فيها صناع الموضة مسيرة مهنية حرة، رأى النبلاء تقهقر نفوذهم وسلطتهم السياسية: ولم يعد الفرسان هم سادة الحرب، وهدمت قصورهم تحت وطأة ضربات الأسلحة الثقيلة، في ساحات المعارك وباتت الغلبة للجنود المترجلين. إن انحسار الفروسية سيلقي بظلاله ليس فقط على القواعد الجديدة المنظمة لسلاح الفروسية، ولكن أيضًا على السفه المتعلق بالرفاهية، وذوق الملبس. وبعيدًا عن أن تكون علامة على تفوق النبلاء، شهدت الموضة على محاولات إضعافها المستمر اعتبارًا من العصور الوسطى، وعلى تحولاتها المتدرجة في الطبقة "الاستعراضية"، حيث ستكون مصاريف التفاخر واحدة من لزومياتها الكبرى.

في الواقع، إن تلك الظواهر، مع كونها مهمة جدًا، لا تسلط الضوء على جوهر الإشكالية: ما الذي جعل من قاعدة مصاريف التفاخر مظهرًا على الأناقة الثمينة؟ السؤال نفسه يتكرر دائمًا: لماذا هذا الظهور لشلالات من التغيرات والشطحات وعدم الاكتفاء بالأناقة الفخمة فقط؟ وعلى العكس من النظريات المهيمنة، لابد من إعادة التأكيد على أن تنافس الطبقات لا يعد هو المصدر لتنويعات الموضة اللانهائية. إنه، بلا شك، يصاحب ويحدد بعض الأشكال، ولكنه ليس مفتاح الإشكالية. قد يكون تنبأ بها، ولكن من العبث الاعتقاد أنه يفسر، ولو جزئيًا، غموض ظواهر الطيش الزائد. إن استفهام الموضة يتطلب تحولاً راديكاليًا في التحليل النظري. هذا الإحلال النظري، نعلن عنه بناءً على سمات أساسية: إن دوامات الموضة المتلاحقة هي قبل كل شيء الأثر للتثمين الاجتماعي للوضع

الجديد للفرد وتمثيله في العلاقة مع المجمل الجمعي. والموضة ليست النتيجة الحتميّة للاستهلاك الاستعراضي وإستراتيجيات التمييز بين الطبقات، بل هي النتيجة الحتمية لعلاقة جديدة للذات مع الآخرين، للرغبة في تأكيد شخصية خاصة تتماشى مع عصور وسطى ثانية في الطبقات العليا. وهذا هو السبب في أن دور تمثيل الفرد لم يتم قياسه بقيمته الحقيقية حتى أن تفسيرات تغير الموضة تظل غير مقنعة. وبعيدًا عن أن تكون عرضًا من عوارض الظاهرة، فإن الوعي المتعلق بأن نكون أفرادًا ذوي قدر خاص، والرغبة في التعبير عن هوية متفردة، والاحتفاء الثقافي بالهوية الشخصية، كانوا" قوة إنتاجية"، بل المحرك لديناميكية الموضة. كي تتضح انطلاقة الطيش، توجب ثورة في تمثيل الأشخاص وفي الشعور بالذات، مزعزعة العقليات والقيم التقليدية، وتوجب أن يتحرر تمجيد تفرد البشر وملحقاتهم، والإعلاء الاجتماعي لعلامات الاختلاف الفردي .

في نهاية القرون الوسطى، تحديدًا، تجسدت العديد من العلامات التى تشهد على حالة الأخذ في الاعتبار غير المسبوقة للهوية الانطباعية، لإرادة التعبير عن التفرد الفردي، وتمجيد الفردانية. في كتاب يوميات وذكريات ظهر الانشغال بإظهار هوية المتحدث في تعبير متفرد وفردي: أنا، أتتبع اسم، ولقب وصفات من يتحدث[1]؛ يتكشف في الأعمال الشعرية البوح الحميم، والتعبير عن آهات الأنا، وعن اللحظات المعاشة، والذكريات الشخصية. كما يكشف ظهور البيوجرافيا الذاتية، والبورترية، والبورترية الذاتي "الواقعي"، الثري بالتفاصيل الحقيقية، يكشف كذلك، في القرن الرابع عشر والخامس عشر، عن الاعتراف بالاستحقاق -الجدارة-الجديد للصفات الفريدة في الإنسان، حتى وإن كان ذلك من خلال الأطر المشفرة والرمزية. ويتضح من خلال "موت الذات" وفقًا لتعبير فيليب آري هذا الاتجاه ذاته، والقطيعة مع مساحة الموت التقليدي المجهّل: النقش الأيوني للحكم المشار إليه أخيرا، وكتاب الحياة، والنحت على شكل أشخاص في القرون الوسطى؛ كل ذلك يحوي العديد من العلامات الكاشفة لإرادة الفردانية، وانشغال المرء بأن يكون ذاته، والإعلاء من

([1]) Danielle REGNIER-BOHLER, « Exploration d'une littérature », in Histoire de la vie privée, op. cit., t. II, pp. 377-378.

الهوية الشخصية"[1]. ومع المعنى الجديد للهوية الشخصية وحتمية التعبير الفردي، داخل العالم الصغير للنخبة الاجتماعية، والذي تمت صياغته، ومعايشته، أكثر من تحويله لنظرية. كان الاحتياج لأن يكون المرء ذاته، والولع بالسمات الشخصية، واحتفاء المدنية بالفردانية، جميعها كان لها الأثر في اختيار القطيعة مع التقاليد، وتعدد معاقل المبادرة والتجديد ومحاكاة الخيال الفردي الذي سيختار، من الآن فصاعدًا، الصيحات. كما أطلق التأكيد على دعم سيرورة الابتكار المستمر في الأشكال والأساليب، ذات قطيعة مع المعيار التقليدي الثابت. وفي نهاية القرون الوسطى، حاز إضفاء الفردانية على المظهر حقوقه المشتهاة، أي ألا يكون الفرد مثل الآخرين، بل أن يكون فريدًا، حتى أن صارت إثارة نظرات الآخرين التي تستعرض علامات الاختلاف ولعًا وتطلعًا حتميًا في عالم الطيش. وفي ظل هذه الظروف، نفهم الحركة المتسارعة للموضة: حيث نما وعي الفطنة والرغبة في المنافسة، والتنافس في الأشياء الخاصة، والركض نحو الاختلاف، بما سمح وشجع على التعبير عن الأذواق المتفردة. كيف يتسنى في ظل هذه الظروف أن تسير عجلة الأفكار الجديدة بسرعة كبيرة، وأن يكون البحث متسارعًا ومستمرا عن علامات جديدة؟

بقيت، بكل تأكيد، الصيحات الجديدة تفضيل الطبقة الراقية، وسمة العظماء في هذا العالم. ولكن هناك أمرًا آخر هو ما يهمنا، يكمن في مسألة أن من يحتلون المرتبة الأعلى في التراتبية يصنعون مجدهم الآن بتعديل وشخصنة مظهرهم، وذلك بإبداع حيل جديدة. إنه تحول في سلوك النخبة الاجتماعية يشهد على بزوغ تمثيل اجتماعي جديد للفردانية في العالم الأرستقراطي. وهو ليس مخالفًا لظاهرة الطبقات ولكنه مجرد اختراق للطبقة العليا من قِبل التفرد الشخصي . هؤلاء الذين ساهموا في زعزعة الثبات التقليدي، كما سمحوا للاختلاف الفردي بأن يصبح علامة امتياز اجتماعي. لا يمكن الفصل بين التنويعات المتذبذبة للموضة وشخصانية المظهر، فإنهما وجهان مكملان تمامًا للتقييم الاجتماعي الجديد لكل ما هو فريد.. إن الخطأ في نظريات الموضة هو اعتبار أن تلك العناصر كل منها غريب عن الآخر. في الحقيقة، يتعلق الأمر بالظاهرة نفسها: استطاعت الموضة أن تصبح هذا المسرح الدائم للتحولات

([1]) Philippe ARIES, L'Homme devant la mort, Paris, Ed. du Seuil, 1977, pp. 99-288.

الخاطفة، بسبب أن فردانية المظهر فرضت نفسها كحتمية اجتماعية جديدة. وبالتبعية، جميع التغيرات، والموجات التي تفسح لخصوصية الموجات، حتى لو على مستويات صغيرة، هامشًا من الحرية، ومن الاختيار، واستقلالية الذوق.

في الصدد ذاته، نلاحظ تضاد دلالة التغير على الصعيد الثقافي: فكل ما كان باعثًا للخوف والريبة، حتى تلك اللحظة، أصبح قيمة اجتماعية، ومحط الولع التنافسي في الدوائر العليا. "كل ما يتغير يفقد قيمته"، نجد هذه العبارة في قصيدة في القرن الثاني عشر، وفي الاستمرارية الصارمة للعقلية التقليدية. ويشهد، على العكس، عدم الاستمرارية في الموضة على أننا خرجنا، بشكل جزئي، من نظام قديم، وأنتجنا قيمة مدنية سباقة ومشعة منذ تلك اللحظة هي الجديد[1]. لا يمكن أن تظل الموضة دون تزعزع في العلاقة مع المستقبل التاريخي ومع الزائل. وكي يشيّد نظام الموضة، كان ينبغي أن يتم تقبل الـ"حديث" والرغبة فيه، حتى يتم الحكم على الحاضر بشكل أكثر اعتبارية من الماضي، وأن يكون احتفاء استثنائيًا بالصيحات الجديدة. إنه قلب اتجاه جوهرى في التوجهات المؤقتة للحياة الاجتماعية ذات المصادر المعقدة جدًا، والمرتبطة خاصة بالاعتراف بـ"الحق" في الأذواق الخاصة المتمايزة وإضفاء التفرد على المظهر، أى الحق في التغيير. ومع الوضع الجديد، للوحدة الاجتماعية في علاقتها بالمعيار الجماعي، تأسست علاقة اجتماعية جديدة: هي حتمية التجديد والحاضر الاجتماعي مع صعود منطق الفردانية الجمالي باعتباره منطقًا للاختلاف والاستقلالية.

جمالية الغواية

ومع أن تكريس الفردانية والصيحات الجديدة في مؤسسة الموضة أمر محورى، فإنه لم يكن المصدر الوحيد لشرعية الظاهرة. هو منطق معقّد بقدر تعقّد الموضة، يتداخل مع

---

(١) استطاع الملك رينيه في القرن الخامس عشر أن يمنح هبة للملك لويس الحادي عشر ولأحبائه ذوي الملابس المتواضعة، غير الجذابة بسبب القيمة الاجتماعية الممنوحة مذّاك للصيحات الجديدة.

Cf. Fr. PIPONNIER, op. cit., pp. 210-212.

العديد من أشكال الحياة الاجتماعية، الفردية، الثقافية، والجمالية، لا يمكن أن يظهر إلا من خلال امتزاج متعدد العناصر ولكل منها فعاليته الخاصة رغم عدم إمكانية أن تبقى مستقلة بعضها عن بعض طوال الوقت. إلى جانب الأحداث الاجتماعية التي تمت الإشارة إليها - مجتمع البلاط، ووضعية الطبقات الأرستقراطية، وتطور المدن- وظواهر أخرى كان لها دور أولي. أن الإعلاء من الفردانية المدنية، ورقي وتجميل الأشكال التى تميز الموضة، تتجذر جميعها في بوتقة من العوامل الثقافية الخاصة بالغرب. ويجب التركيز على ذلك: في تحليلنا للموضة، كانت القيم وأنظمة الدلالات والأذواق، ومعايير الحياة "محددة في آخر تحليل"، و"التراتبية الشديدة" هي التى فسرت السبب وراء الاقتحام الفريد في المغامرة الإنسانية المتمثل في حمّى الصيحات الجديدة.

تأسست الموضة على قطيعة راديكالية في نظام الزمن الحتمي، حين استبدلت مرجعية الحاضر بمرجعية الماضي والقطيعة التاريخية لا تمنع، مع ذلك، أن نرى من خلال الموضة نظامًا تتولد عنه الأذواق، ونماذج الحياة، والأمثلة الطائشة، لاحقة لظهور معنى "الحديث". إن تكريس التفاهة هو في الواقع ممتد مع معايير ثقافة الفرسان وأهل البلاط. مع تطلعهم للبهجة على الأرض وسعادة الحياة: بهجة المقاومة في الحروب والدفاع، بهجة الصيد، والحفلات الصاخبة، ومتع الألعاب والشعر الغزلي، والحب الرومانسي والاستعراضي[1]. هذه العادات من المتع الأرستقراطية كانت عاملًا أساسيًا بلا شك في ظهور الطيش الفردي: إن الموضة هي ممارسة المتعة، هي متعة أن تثير الإعجاب والدهشة. تحولات الأشكال تعد أيضًا متعة، وإن كانت موسمية بمحاكاتها للتغيرات، سواء للذات أو الآخر. والموضة ليست علامة فصل اجتماعي فقط، وإنما هي نوع من التوافق. متعة للعين والاختلاف. في الواقع، لا ينبغي أن ندرك هيمنة الموضة التي تأسست منذ نهاية القرون الوسطى، باعتبارها طريقة للهرب والفرار من مواجهة الشقاء والقلق من الزمن، بل هي مستقرة كثيرًا في استمرارية المعايير والمواقف العقلية الخاصة بحياة الأمراء، المتعطشة إلى السعادة في العالم. إنه بحث عن

---

[1] Georges DUBY, Le Temps des cathédrales, Paris, Gallimard, 1976.

التمتع الذي لم يتوقف عن الانتشار بالتوازي مع نمو دوائر البلاط العظيمة. ومع التحضّر الغزلي، ولكنها أيضًا تعد معنى جديدًا للاستمرارية الإنسانية. وعلى ضوء ما قاله أنصار النزعة الإنسانية من تكثيف لمعنى البهجة الأرضية؛ فإن التحسر على الشيخوخة، والحنين إلى فترة الشباب، ودلالة اقتراب وقوع النهاية قد اتخذت جميعها منحى جديدًا[1]. ما من شك في أن تلك الحساسية الجماعية الجديدة، التي ستظل تصاحب، مذاك، الأزمنة الحديثة، لم تحبّذ ذلك البحث المتسارع عن المتع. تترجم الموضة ولع بالسعادة في الحياة، وتطلّع لرغبة التمتع والمباهج الأرضية الممكنة بواسطة قيم الارستقراطية ومجتمع البلاط، كذلك بواسطة حساسية حديثة تدفع مسبقًا بكدر الزمان وقلق مفارقة الحياة.

صاحب التكثيف وتسارع البحث عن متع الحياة سيرورة من إضفاء الأسلوبية على معايير الحياة والأذواق. فإن ظهور الموضة لا ينفصل عن الثورة الثقافية التي تبلورت في منعطف القرن الحادي عشر والثاني عشر، في طبقة الأمراء، ومع الإعلاء من قيم البلاط. وتحديث نموذج حياة الفرسان: فقد أضيفت معايير إلى الاحتياج التقليدي للقوة؛ معايير جديدة كأمثلة المرأة، والحديث المرتب، والأساليب السلوكية الراقية، والصفات الأدبية. وكان الفارس أديبًا وشاعرًا، ومحبًا للغة العذبة والتفاصيل الجميلة التي اكتسبها من الدوائر الحضريّة. انبثقت الموضة من هذا الجهد المتأني لحضارة الأخلاقيات والمتع، من هذا المثال الجديد المجمل والمهذب. لقد أعدت تاريخيًا بطريقة ما من أكثر من قرنين من الزمان. في صعود روح البلاط التى شكلت طفرة في الشعر والرقة المرهفة. امتدت الموضة، باعتبارها فن الفروق الدقيقة وتهذيب المظهر، بالتوازي مع الولع بالأشياء الجميلة والأعمال الفنية، وكانت بمثابة تطلع لحياة أكثر جمالًا، وأكثر أسلوبية، بدأت في الظهور منذ عام ١١٠٠.

ظهرت الأزياء فى عصر بدأت فيه حقبة جديدة فى الفنون الزخرفية التى انتشرت فى كل المجالات مثل فن العمارة والمنمنمات القوطية الأنيقة. وهو أيضًا زمن الزركشة الغريبة التى بلغت ذروتها فى بلاط شارل السادس ودوقات بورجوندى، بملابسهم ذات اللون

---

[1] Alberto TENENTI, Sens de la mort et amour de la vie, Renaissance en Italie et en France, trad. Franç., Paris, L'Harmattan, Serge Fleury, 1983.

الأحمر والأرجوانى أو الأزرق والأصفر، مع تصفيف شعر النساء فى أنشوطة وجدائل مع صبغه بالحناء، وملابس ذات أكمام مفرطة السعة تصل إلى الأرض. كل هذه الابتكارات بما تحمله من مبالغات وتجاوزات، ما هى إلا واحد من مظاهر الحاجة إلى التجميل، وعبادة الزينة والمظاهر التي تميزت بها أواخر العصور الوسطى، والتى امتدت إلى ما بعدها. في القرنين الرابع عشر والخامس عشر ساد الأسلوب الباروكي على أشكال كثيرة في فن العمارة والتصوير ومعناه الحرفي هو شكل غريب، يجمع في أسلوبه بين العظمة واللاواقع ويزخر بالألوان والأشكال المرسلة في الفضاء والتشكيلات المعمارية الخداعة. لذلك تعتبر دراسة الأزياء الباروكية من الدراسات التى لها أهميتها فى إرساء القواعد الأساسية لفنيات الأزياء النهضية. ترجع قوة الطراز الباروكى إلى أنه يعتبر همزة الوصل بين حضارة القرون الوسطى فى أوروبا ونهاية حضارات عصر النهضة الأوروبية، كما يعتبر أيضا مرحلة مستقلة عن العصر الحديث الذى يليه، وفضلا عن ذلك فقد ساد فى هذا العصر التجريبى اتجاه التأليف والاقتباس من اتجاهات فنية مختلفة، فترى لقاء طراز العصور الوسطى بكلاسيكية عصر النهضة التى منشأها الطراز الكلاسيكى القديم، ويمتزج لذلك مع روح العصر الجديد مساهمًا فى إثراء الفنون التشكيلية وظهور طراز متميز وهو الطراز الباروكى الذى امتاز بالبذخ والترف والفخامة والمبالغة التشكيلية.

كما سبق وقلنا تعد الموضة فن الفروق الدقيقة والاعتناء بالمظهر، فعبّرت الموضة عن تهذيب الذائقة البصرية. وهي المناسبة الملائمة لذكر تقدير لوسيان فيبفر " تأخر الرؤية" وغياب شاعرية المرئي عند رجال عصر النهضة"(1)، هذا التقدير الذي أصبح من الكلاسيكيات مذّاك. حتى لو كان صحيحًا أن الكتاب والشعراء استخدموا كثيرًا الصور الجمالية السمعية والشميّة، إلا أنهم لم يذكروا كثيرًا الأشكال الجسدية، والمظهر والألوان. وهل يكفي ذلك لتوصيف الدور الكبير للرؤية لصالح الحساسية المسيطرة للروائح والعطور وللضوضاء والصوت؟ إن انتشار الموضة كان مكرهًا بشكل جزئي على العودة إلى هذا

(1) Lucien FEBVRE, Le Problème de l'incroyance au XVIe siècle (1942), Paris, Albin Michel, 1968, pp. 393-404.

الحكم في حال صحّة الفكرة القائلة بأن الموضة لا يمكن أن تُدرك دون الانتباه الدقيق للتفاصيل المتفردة، ودون البحث عن الفروق الدقيقة، وإضفاء الشاعرية على الفروق الجسدية بين الجنسين. كيف لا نرى في رجال عصر النهضة إلا كائنات بالمعنى المرئي الفظ، ذوي بعض الحساسية إزاء المميزات الشكلية، كانوا ينجذبون فقط للألوان الصاخبة والمتعارضة في الوقت الذي تنطلق فيه الموضة وتعقيداتها التزيينية، في القرن الرابع عشر، دون أي تداخل للدانتيلا والأقمشة المشغولة، وتُصَمّم فيه الأزياء بقوة الجسد وتفاصيله؟ إن الموضة والتهذيب البصري تماشيا معًا، إذ كرّسا لتقدم النظرة الجمالية في الفضاءات الحضرية.

لابد من العودة إلى ثقافة البلاط وابتكاراتها الأكثر أصالة: إنه الحب. ولا يمكن هنا إلا أن نتذكر الترسيمة التي أسست من جديد لحب البلاط: وسمو النداءات الجنسية، وتقديس "غير مبال" للحب، مضافًا إليه التقدير الزائد والاحتفاء الغنائي بالمحبوبة، وخضوع وطاعة العاشق للمعشوقة، جميعها ملامح خاصة بالحب الريفي غزت، شيئًا فشيئًا، عالم الأمراء، إنها تحولات في العلاقات بين الجنسين، وبشكل أكثر تحديدًا في علاقات الغواية. فمنذ العصور الأزلية، حظي المحاربون بحب النساء اللواتي نظمن أشعارًا غير مقفاة في مدح سمات الشرف لديهن، فالحب يمنح لذوي الفضائل الرجولية. هذا المفهوم عن الحب تتابع لقرون عدة، ولكنه ظل، اعتبارا من عام ١١٠٠، يتلقى تأثيرات حضارية من نموذج حب البلاط. كذلك فقد استتبت البطولات الحربية كبطولات غنائية وشعورية: ففي الشفرة العاطفية الجديدة، رأينا الأمير، يلعب، ويجثو على ركبتيه أمام الحبيبة، يدللها ويرعاها، ويبدو خاضعًا لرغباتها، محتفيًا بجمالها وفضائلها في قصائد غزليّة. يبدأ ما أطلق عليه ر. نيلي. "إضفاء الشاعرية على الغزليّة"[1] مقصيًا اللغة السوقية، والنكات، والألفاظ الفاحشة التقليدية واستخدام لغة النبلاء والاحتفاء الراقي. تطلبت الغواية مذاك العناية والرقة إزاء المرأة، والألعاب الممنهجة، وشاعرية الأفعال والسلوكيات. فلابد أن تعتبر الموضة،

([1]) René NELLI, L'Erotique des troubadours, Paris, U.G.E., 1974 , t. I, p. 204.

Henri-Irénée MARROU, Les Troubladours, Paris, Ed. du Seuil, 1971.

بتنويعاتها وألعابها الداعم للفروق الفردية، واستمرارية هذه الشاعرية الجديدة في ألعاب الغواية. كذلك لابد للرجل أن يعجب المرأة بالأساليب المهذبة والغنائية، كما ينبغي له الاعتناء بمظهره، وتفحص هيئته كما يتفحص لغته، فالاهتمام بالزي هو امتداد إضفاء الأسلوبية على الحب. والموضة وما تتطلبه من حيل لا يمكن أن ينفصل عن هذه الصورة الجديدة للأنوثة، عن إستراتيجية الغواية باستخدام العلامات الجمالية. وبالتبعية، فالتقدير الزائد للمرأة، والغزل في جمالها، ساهما في ازدياد وشرعنة الذوق الأنثوي للتجميل والتزين في المجتمعات العلمانية الراقية، وهو الذوق القائم منذ القدم. وقد ساهم حب البلاط في انتشار نفوذ الموضة. فمن ناحية، اعتبروا أنه ينبغي البحث عن الحب الحقيقي خارج الزواج، وأن الحب الصافي يقطن خارج مؤسسة الزواج، فشوّه حب البلاط سمعة مؤسسة الزواج، وشجع اختيار المرأة الحر في الحب وحبذ كذلك استقلالية الشعور. فساهم الحب، في هذا السياق، في سيرورة فردنة الأشخاص، وفي الإعلاء من الفرد المدني الحر نسبيا من أذواقه، والمتخلص من المعيار القديم. رأينا سابقًا الصلة الحميمة التى تربط بين الموضة والتكريس المدني للفردانية. ومن ناحية أخرى، أكثر مباشرة، أنتج حب البلاط علاقة جديدة بين الجنسين، وأسس لوضعية جديدة للغواية الغزلية التى مورست داخل سيرورة تجميل المظاهر، المسماة بالموضة.

وما طرأ من تعديلات على تركيبة الزي الذكوري والنسائي فرضت نفسها اعتبارًا من عام ١٣٥٠ وتعد أثرًا مباشرًا للجمالية الغزليّة للغواية. حيث ميّز الزي مذّاك فرقًا راديكاليا بين المذكر والمؤنث، وجنسن الملبس كما لم يحدث من قبل. تحدد الملابس الذكورية القادمة من خلال البنطال القصير وإبراز السيقان المشدودة في الجوارب الطويلة؛ وبالتوازي، فالخطوط الجديدة للموضة النسائية تلف الجسد وتبرز الأرداف، وتكشف الصدر والأكتاف. كان الزي يستعرض مفاتن الجسد بإبراز الفرق بين الجنسين. فأصبح زي الموضة هو زي الغواية الذي يبرز مفاتن الجسد، بالكشف والإخفاء عن سمات الجنس النوعي، ومثمنًا الانجذاب الشبقي. ولم يعد مجرد رمز يدل على الدرجة في الهرمية أو علامة على الوضعية الاجتماعية، ولكن أداة للغواية، وقدرة للسحر والغموض، وسيلة كي تعجب وكي تلاحظ في عيون الآخر، وأداة للفانتازيا، والفضيلة الراقية. لقد تخلصت الغواية من النظام العتيق للعقائد

والتقاليد، ودشنت مسيرتها الحديثة الطويلة بفردنة، بشكل جزئي، العلامات الأزيائية، والأمثلة حسيّة المظهر. ومع ديناميكية المبالغة والانتشار، وتلاحق الحيل التزيينية، تشهد أزياء الموضة أننا لا نزال في العصر الحديث للغواية، والجمالية الشخصية والحسية.

إن التغيرات في إستراتيجيات الغواية عند الجنسين ليست وحدها المدانة. إذ لابد من الربط بين ظهور الموضة وهذا الشكل الجديد من الغواية الذي يمثله مظهر حساس إزاء العالم في فن الغرب، اعتبارًا من القرن الثالث عشر. فأصبح عالم الحياة محطا لترقيق الذوق. ويعتبره الناس شيئًا جميلًا يستحق الاهتمام، وسوف يستدعي عند الفنانين اهتمامًا جماليًا خاصًا لافتًا للنظر بشكل مضطرد. فتطورت مع فن القرون الوسطى نظرة جديدة للعالم الأرضي والملموس -وتراجع التعبير عن الغموض غير القابل للاكتشاف والمتجاوز للإنسان وغير الشخصي لصالح اكتشاف واقع الحياة بتنوعها ووصفها. حيث حل النحت الجوتيقي محل الوحوش الوهمية والكائنات الحية والغابات، والحدائق الصغيرة، والأشجار المورقة المحيطة بنا. وقدّم الفن سلوك الإنسان، وقرّب الرب من الإنسان بنقش صورة للسيدة العذراء أكثر أنوثة وأكثر أمومية، ومسيح يصطبغ بالرقة والإنسانية، واقعية جمالية ذات أصل من القرون الوسطى والتي ستبدو في وجه جديد في عصر النهضة مع البحث عن العمق والاتضاح من خلال فن البورتريه، والمشاهد الطبيعية، والطبيعة الميتة. هذا المفهوم للملموس، وهذا الاهتمام بالخبرة المرئية والمظاهر في الفن ذو أهمية كبرى؛ فهو يترجم تمجيدا للعالم الموجود، وتثمينًا لجمال العالم الإنساني والأرضي. هذا الاستثمار المدني الجديد هو ما سيتجسد في الموضة ويساهم في تأسيسها. في الواقع إن الموضة تمثل الوجه التافه -الطائش- لهذا الحب الجديد للمظاهر واستعراضات الإنسان التي تجسدت في الغرب. وفيما وراء الاختلافات الواضحة والمعبرة جدًا، وكذلك تقديس الفانتازيا اللذين ظهرا في الموضة، و"الواقعية" التي ستظل تحكم، بمعنى ما، تطور فن يمثل جزءًا من المجمل ذاته: إنها تكرس في الحالتين التمجيد ذاته للأشياء المرئية، والولع ذاته بالتفاصيل الحسية، والفضول ذاته إزاء الملامح الفردية، والفورية للمظهريات، والتوجه نفسه للمتع الجمالية.

استندت الثورة الأزيائية التي تعد قاعدة للزي الحديث على هذه النقلة الفنية للعالم: حب الواقع بكل تفرده، والذي تجلى أولًا في الفن الجوتيقي، وحبذ بلا أدنى شك ظهور ملابس تعبر عن سحر الأجساد وفردانيتها. وقد نكون محقين إذا رأينا أن البزة القصيرة التى ظهرت في القرن التاسع عشر كانت لا تنفصل عن تيار " الواقعية" في الفن، والتى لم تتبع بل استبقت ثورة تمثيلات عصر النهضة، فتعاونت في اكتشاف الجسد الإنساني حين سمحت للفنانين " برؤية تشريحية للجذع والأطراف(1)". شريطة ألا نذهب بعيدا جدًا في تصور استقلالية الموضة عن فن القرون الوسطى. ليس صحيحًا أن الزي الجديد لا يدين بشيء إلى البحث الأسلوبي السابق، فالزي الذكوري القصير لا يعد "الواقعية الأولى"(2)، حتى وإن كان قد سبق أسلوب عصر النهضة، فقد امتد في الحقيقة، لأطول فترة ممكنة، حتى فيما يتعلق بالملاحظة والفضول إزاء الواقع، سبق وأن ظهر في الفن الجيوتيقي: لقد أضفت الموضة، في نهاية القرون الوسطى، على الأزياء سيرورة الإعلاء من المظهر المنبثق، أولًا، من أشكال الفن المسيحي.

ليس مصادفة إذن أن تنتمي الموضة والفن العاري إلى العصر ذاته: ويتعلق الأمر في الحالتين بتكريس حياتنا الأرضية. إذ يتمثل الفن العاري، بلا شك، في نوع من العودة إلى الكلاسيكيات، وإلى الإعجاب الجديد بالنماذج القديمة؛ ولكن فيما وراء "إعادة رفعة" كل ما هو قديم، لابد ألا نغفل، كما قال أي مال، الاستمرارية التى يدوّن فيها الفن في الغرب باعتباره فنًا مسيحيًا بشكل جوهري سامحًا بإعادة تأهيل المرئيات والمحسوسات(3)، وحب المخلوقات الربانية، اعتبارا من العصر الجيوتيقي. بالطريقة ذاتها، إذا توافقت ضروريات

---

(1) P. POST, art. cité, p. 3

(2) Ibid., p. 39

(3) Marcel GAUCHET, Le Désenchantement du Monde, Paris, Gallimard, 1985, pp. 97-98.

كما أوضح أى أورباك E. Auerbach كيف تم دمج جميع الأحداث الإنسانية في أسلوب الأدب الغربي، كذلك كيف أن كل التمثيلات الواقعية الجادة لكل ما هو فردي، يومي، اجتماعي كان ذا أصل مسيحى.
CF. Mimésis, trad. Franç., Paris, Gallimard,

الموضة مع إعلاء من القيم الوثنية في قلب الطبقات الراقية، فهذا الإعلاء لا ينفصل عن تأطير ديني مسيحي. هذا هو ما أسس التعارض الأكثر غرابة لطيش تلك الفترة، فالإيمان المسيحي، ساهم، ولو بطريقة غير مباشرة، في تأسيس مملكة الموضة. من خلال تكريس علاقة الرب-الإنسان وإعادة التثمين والشرعنة المسموحة للفضاء الأرضي، والمعطيات المحسوسة والمرئية، فعقيدة التجسيد حبّذت بها لا يدع مجالا للشك ظهور الموضة. كما لو كانت المسيحية هي التي جعلتها ممكنة، على الأقل كإطار رمزي، من حيث الامتلاك والاكتشاف الحديث للطبيعة[1]، كما أنها كانت هي المتحكمة في المعنى والإحساس مفسحة المجال لانتشار الموضة باعتبارها نظامًا جماليًا مستقلًا متاحًا للنوازع الإنبسانية وحدها. واستطاعت المسيحية أن تكمل هذه المهمة المفارقة والمتعارضة بشكل جلي مع لزوميتها التكوينية للسلام من خلال الفن قبل أى شيء آخر. فقد "تصالح" الفن المسيحي مع الحياة الأرضية، فوجد تمجيدًا أسلوبيًا لهيمنة المخلوقات الذي تجسد قبل أى شيء آخر بعد فضاء المظهر الأزيائي، بكل تأكيد. لم تولد الموضة من الديناميكية الاجتماعية وحدها، ولا من الانطلاقة التى شهدتها القيم العلمانية، بل تطلبت، في الحقيقة، ترسيمة دينية فريدة، هي التجسيد، مما أدى إلى الاستثمار الآني، على الاختلاف من الأديان الأخرى، وإلى الاحتفاء بالفضاء الأرضي، والمظاهر والأشكال الفريدة. ومن خلال إطار كونه دينًا قائمًا على الإنسانية الكاملة من أجل معانيها المخلصة، فالموضة القائمة يمكن أن تكتسب شرعية لجمالها؛ فأصالتها وسحرها، والزي سيستطيع وصف جمال الجسد وتضخيمه. فالموضة لا يمكن أن تتجذر إلا في الغرب، هنا، حيث نما دين المسيح. وهي ليست ظاهرة طارئة بل هي صلة حميمة، وفي الوقت ذاته مفارقة، توحد بين الطيش الإنساني، والورع الإنساني، في حالة مسيحية محددة.

([1]) M. GAUCHET, op. cit., pp. 108-130.

(٢)

موضة المائة عام

ظهرت الموضة بالمعنى الحديث للكلمة، في النصف الثاني من القرن التاسع عشر. لم يكن كل شيء جديدًا بكل تأكيد، ولكننا نعني ظهور نظام من الإنتاج والانتشار الذي لم يكن معروفًا حتّئذ، ثم استمر محافظًا على انتظاميته لمدة قرن. تلك هي ظاهرة تاريخية تستحق التوقف: على النقيض من تقدمها التكنولوجي، ومن تقلباتها أو "ثوراتها" الأسلوبية اللا نهائية، لم تستطع الموضة الإفلات مما نطلق عليه بنية ذات مدة طويلة. منذ منتصف القرن التاسع عشر وحتى سنوات الستينيات من القرن العشرين، وهي اللحظة التى تصدّع فيها النظام وتحوّل جزئيًا، استندت الموضة إلى مؤسسة مستقرة إلى الحد الذي نستطيع فيه أن نتكلم عن موضة المائة عام. تعد هذه المرحلة، الأولى فى تاريخ الموضة الحديثة، وفترتها البطولية والسامية. موضة المائة عام: هي طريقة نقول بها إن هناك مرحلة قد اكتملت، وعلى الأخص طريقة للإصرار على كل ما يزال يربط بيننا، في جوهر الأمر، وبين تلك المرحلة المؤسسة، التى أصّلت مؤسسة جديدة للزائل. لمنطق جديد للسلطة ودفعت لمعرفة مصير تاريخي فوق العادة، لأنها ستفرض نفسها، أكثر فأكثر، في قلب مجتمعاتنا على مدار القرن العشرين. ربما تعين أن نقول على موضة المائة عام ما قاله توكفيل عن أمريكا: في الحقيقة، لقد رأينا فيها، ما يتجاوز الموضة، واكتشفنا فيها مظهرا، خاصًا بكل تأكيد، ولكنه معبر جدًا عن صعود المجتمعات البيروقراطية الحديثة؛ رأينا فيها ما يتجاوز صفحة في تاريخ الرفاهية، والتنافس والتمييز بين الطبقات، وعرفنا فيها واحدا من أوجه " الثورة الديمقراطية" الدائرة.

ازدواجية الموضة

تتسم الموضة الحديثة بتلك الازدواجية لأنها تتكون من صناعتين جديدتين، ومن أهداف وطرق، ومن تفاصيل ونفوذ غير قابل للمقارنة، دون أن تشكّل مظهرًا توحيديًا أو موحدًا ومعتادًا في تاريخ منتجات الطيش. وتتمثل الكلمتان المؤشرتان لموضة المائة عام في الأزياء الراقية من جانب والملابس الجاهزة من جانب آخر. أى نظام قائم على إبداع الرفاهية والمبالغة يتعارض مع إنتاج جماهيري، ينتج في صورة مستمرة وبأسعار مناسبة، تحاكي من بعيد أو قريب النماذج الفخيمة و" يقلدون" الأزياء الراقية. إنه التقابل بين إبداع النماذج الأصلية، وإعادة إنتاج صناعي: حيث تقدم الموضة التى تتجسد بعلامة تمايز ملحوظ تتعلق بالتقنية، والسعر، والشهرة، وأهداف الانسجام مع مجتمع مقسم، هو ذاته، إلى طبقات فيما يتعلق بنمط الحياة والتطلعات المجزّأة بشكل واضح .

النظام بهذه المواصفات، لا يعبر، بكل تأكيد، إلا جزئيًا عن واقع تاريخي أكثر تعقيدًا. وبين هذين المحركين، هناك مؤسسات وسيطة، وخياطو الطبقة الوسطى والبسيطة استمروا في الوجود. ففي فرنسا، على الأخص، بقي الكثير من النساء اللواتي يذهبن إلى خياط أو اللواتي يخطن أثوابهن بأنفسهن اعتمادًا على الـ"باترونات" المبيعة مع المجلات أو التى توزعها جرائد الموضة: ففي أعوام ١٩٦٠، كان لا يزال ٦٠ ٪ من الفرنسيات ترتدين من تصنيع الخياطين أو يخطن بأنفسهن. كذلك، توفرت لصناعة الملابس الجاهزة الإمكانية، وبخاصة في البلاد المتقدمة صناعيًا، في إعادة إنتاج نماذج الأزياء الراقية بشكل قانوني وسريع (في الولايات المتحدة الأمريكية على سبيل المثال)، ولم تكن محصورة في المنتجات رخيصة الثمن، بل عددت عروضها وأنتجت منتجات ذات نوعيات مختلفة. ومع ذلك، تظل السمة العامة: الأزياء الراقية تحتكر الابتكارات، وهي التى تطلق الاتجاه العام، أما الملابس الجاهزة والصناعات الأخرى التي تليها، فيستلهمون منها، مع بعض التأخّر، وفي جميع الأحوال بأسعار لا تقارن. إذن، فإذا كانت الموضة الحديثة تعتمد على محورين أساسيين، إلا أنها ظلت أحاديّة راديكاليًا وبشكل لم يسبق له مثيل .

على اعتبار أن صناعة الأزياء الراقية تعد المرجع الأساسي للصيحات الجديدة، فإن موضة المائة عام تشير أساسًا إلى الموضة النسائية. لا يعني ذلك، في الوقت ذاته، أنه لم توجد موضة ذكورية، ولكنها لم تعتمد على أى مؤسسة تقارن بمؤسسات الأزياء الراقية، مع تلك البيوت البراقة، وتجديداتها في كل موسم، وجرأتها، " وثورتها"... كذلك، فإن لندن هي التى دفعت بالموضة الذكورية، ثم أمريكا اعتبارًا من عام ١٩٣٠، فيما كان قلب بيوت الأزياء الراقية هو باريس. وإذا قورنت بموضة الأزياء الراقية، تكون الموضة الذكورية ذات حركة بطيئة، ومتواضعة، بلا ضجيج، "تساوي بين الجميع" حتى وإن تقطعت هي الأخرى بسبب تعارض المعيار/ الوفرة. بلا شك، كانت الأزياء الراقية هي المؤسسة الأكثر تعبيرًا عن الموضة الحديثة؛ ووحدها كانت من ينبغي لها تحريك عجلة القوانين بشكل دائم بهدف حماية نفسها من حروب المصالح المضادة، فوحدها من استدعت جدلاً حادًا، وحدها من حظيت بشهرة عالمية، ووحدها التى استفادت من دعاية منتظمة من الدعاية المتخصصة. إن الموضة الحديثة ذات أصل نسائي، امتدادًا لظاهرة بدأت في القرن الثامن عشر .

لم يتأسس النظام المزدوج للموضة كمشروع تفسيري. لقد سبقت صناعة الملابس الجاهزة صناعة الأزياء الراقية. وظهر اعتبارًا من سنوات العشرينيات في القرن التاسع عشر إنتاج للملابس الجديدة، محاكاة لإنجلترا، في سلاسل كبيرة وأسعار مناسبة وعرفت انطلاقته الحقيقية بعد عام ١٨٤٠، حتى قبل عصر الميكنة الذي نشأ بفضل ماكينة الخياطة في سنة ١٨٦٠ تقريبًا. مع إنشاء المحال الكبرى، تقدمت التقنيات، وتقلصت كلفة الإنتاج، وتعددت نوعية المنتجات متوجهة إلى البرجوازية الفقيرة والمتوسطة. وبعد حرب عام ١٩١٤، تغيرت صناعة الملابس الجاهزة بشكل جوهري بفعل تقسيم متزايد للعمل، وآلية اكتمال وتقدم في الصناعات الكيميائية التى تسمح بالحصول على مواد أكثر تعددًا، واعتبارًا من سنوات ١٩٣٠، ظهرت أقمشة جديدة تتكون من خيوط مختلفة. لكن على الرغم من كل أشكال التقدم، بقيت مؤسسة الموضة بلا تغيير، حيث ظلت كل الصناعات تقلد الأزياء الراقية حتى سنوات الستينيات من القرن العشرين .

خريف ١٨٥٧ وشتاء ١٨٥٨: أسس شارل-فريدريك وورث. في شارع بي في باريس، دار أزيائه الخاصة، الأول في خط ما سوف يطلق عليه بيوت الأزياء الراقية بعد ذلك بقليل. وكتب عليه: "أثواب وأغطية رأس، سواريه، وصيحات راقية"، ولكن الأصالة الحقيقية التى تمتع بها وورث تكمن في الموديلات غير المسبوقة، والتي ظلت الموضة المعاصرة تحاكيها فيما بعد، وكان يصممها مسبقًا ويجددها غالبًا. إنها ثورة في سيرورة الإبداع وابتكار محوري في الاستخدام التجاري للموضة والذي لايزال وورث هو المبشّر به: فكانت الشابات ترتدين موديلاته ويقدمهن هو، أي مانيكانات المستقبل. وبمبادرة من وورث، انتقلت الموضة إلى العصر الحديث؛ وأصبحت مشروعًا للإبداع ولكن أيضًا للاستعراض الإعلاني. بالتبعية، تأسست عشرات من بيوت الأزياء الراقية القائمة على المبادئ ذاتها: واشترك في معرض عام ١٩٢٠ ما يقرب من عشرين بيتًا للأزياء منها: وورث، ورووف(١٨٨٤) وباكين(١٨٩١) وكالو سور(١٨٩٦). افتتح دوسي، الذي سيوظف لديه بواريه لاحقا، أبوابه في عام ١٨٨٠، لا نفان للرجال ١٩٠٩، وشانيل وباتوه في عام ١٩١٩. معرض الفنون التزيينية في عام ١٩٢٥، استقبل ٧٢ بيت أزياء؛ وفي عام ١٩٥٩، تم تسجيل ما يقرب من خمسين بيت أزياء في الغرفة النقابية للخياطة الباريسية. غالبًا ما تحظي تلك البيوت بشهرة عالية، وتوظف ما بين ١٠٠ و٢٠٠٠ موظف، حسب أهميتها وحسب العصر الذي تظهر فيه، ولكن ثقلهم في الاقتصاد-الناتج-القومي لن يكون له معيار مشترك-يتماشى-مع حجم فعاليتهم. فصناعة الرفاهية التى تمثلها الأزياء الراقية سيكون لها دورمحورى في الاقتصاد الفرنسي، وبخاصة فيما يخص تصدير الملابس التى ستحتل، اعتبارًا من عام ١٩٢٠ وبفضل نفوذ بيوت الأزياء الباريسية الكبرى، المرتبة الثانية في التجارة الخارجية[1]. في أثناء تلك الفترة، صحيح أنه حدث ازدهار استثنائي قبل الكساد الكبير الذي سيطال بشدة الأزياء الراقية، والذي سيؤدي إلى انخفاض حجم مبيعاتها التصديرية إلى

([1]) Germaine DESCHAMPS, La Crise dans les industries du vêtement et de la mode à Paris pendant la période de 1930 à 1937, Paris, 1937

الثلث فيما يتعلق بالملابس[1]. في المجمل، كانت الأزياء الراقية تمثل ١٥ ٪ من إجمالي حجم الصادرات الفرنسية حينئذ[2]. مهما كان الأمر، فقد تغير الوضع جوهريا في منتصف سنوات ١٩٥٠: حيث لم يحقق ديور أكثر من نصف في المائة من حجم الصادرات المسجّلة في فرنسا، بعد أن كان يمثل وحده أكثر من نصف حجم الصادرات من الأزياء الراقية.

تأسست صناعة الأزياء الراقية في منتصف القرن التاسع عشر، إلا أنها لم تعرف الإيقاع والإبداع والتمثيل الذي نعرفها به إلا في بداية القرن التالي. أساسا، لم يكن للتشكيلات الأزيائية مواعيد ثابتة، بل كانت الموديلات تقدم طوال العام. كما لم تنظم ديفيليهات للموضة، بل ظهرت في سنوات ١٩٠٨ و١٩١٠ كي تصبح عروضًا حقيقية تقدم في مواعيد ثابتة، بعد الظهيرة في صالونات البيوت كبيرة. وبعد الحرب العالمية الأولى، تعددت مشتروات الموديلات من المشترين المتخصصين الأجانب، فقد تحددت العروض الموسمية للتشكيلات الجديدة في تواريخ تكاد تكون ثابتة. وأصبحت كل دار أزياء تقدم، مذاك، مرتين كل عام في باريس، في نهاية شهر يناير وفي بداية شهر أغسطس، إبداعاتها للصيف والشتاء ثم، بسبب الضغط من المشترين الأجانب، في الربيع والخريف (الديمي سيزون) في إبريل وفي نوفمبر. كانت التشكيلات تقدم أولًا للوسطاء-السماسرة الأجانب (خاصة الأمريكيين والأوروبيين) ثم تقدم بعد ذلك إلى الزبائن الخاصة، بعد ذلك بأسبوعين أو ثلاثة. المتخصصون الأجانب كانوا يشترون الموديلات التى يختارونها مع حقوق إعادة إنتاجها بكميات كبيرة في بلادهم. وكان باستطاعة أصحاب الموديلات وأصحاب حقوق الملكية أن يمنحوا لأصحاب مصانع الملابس الجاهزة الموافقات اللازمة لإعادة إنتاج الموديل، باستثناء بعض المصنعين الفرنسيين ممن لا يملكون الحق في الامتلاك الفوري لصيحات الموسم لأسباب تتعلق بالحصرية، لكن مع تبسيطه؛ يصبح باستطاعة الزبون، خلال بضعة أسابيع، أن يرتدي أحدث صيحة من بيوت الأزياء الراقية وبأسعار مناسبة، أو منخفضة

---

(1) Philippe SIMON, Monographie d'une industrie de luxe: la haute couture, Paris, 1931, p. 102.

(2) Jean-Charles WORTH, « A propos de la mode », La Revue de Paris, 15 mai 1930.

جدًا تقريبًا. لم تعمل الأزياء الراقية على تسريع ديناميكية الموضة (كما كنا نعتقد أحيانـا) بقـدر ما جعلتها منتظمة. التغيير السريع للموضة لم يكن معاصرًا للأزياء الراقية، بل سبقها بحوالي قرن من الزمان: من قبل في نهاية النظام القديم، لقد أخذت الموضة إيقاعًا مكبلاً، مـن ناحيـة الالتصاق بالحاضر بشكل كبير. ولكن تلك السرعة تظل حتئذ مدفوعـة بمتغـيرات الأناقـة. ومع الدخول في عصر الأزياء الراقية، على العكس، وجد طابع رسـمي أو قيـادة أوركسـترية للتحديث: من حيث الأساس، أصبحت الموضة نصف سنويّة وتشكيلات الربيع والخريـف كانت تمهد فقط للموديلات اللاحقة. وحل محل المنطق الطائش للابتكارات، معيارية تغيـر للموضة. وتجديد لزومي يحدث في مواعيد ثابتة بواسطة مجموعة متخصـصة. لقـد وضـعت صناعة الأزياء الراقية قواعد للموضة في الوقت الذي أطلقـت فيـه سـيرورة تجديـد وخيـال خلاق غير مسبوق.

جاءت اللحظة التي تملي فيها باريس الموضة على العـالم: فمـع هيمنـة الأزيـاء الراقيـة ظهرت موضة شديدة المركزيّة، وقائمة بكاملها في باريس وعالمية في ذات الوقت، يتبعها كـل النـساء اللـواتي تتـبعن آخـر خطـوط الموضـة **up to date** في العـالم. وهـي ظـاهرة، مـع استمراريتها، تماثل الفن الحديث ورواده الذين تمركزوا في بـاريس لتـشابه الـسمات القوميـة. بالتأكيد، لا يعد هذا الأمر جديدًا تمامًا: فاعتبـارًا مـن القـرن الـسابع عـشر، فرضـت فرنـسا نفسها، أكثر فأكثر، باعتبارها منارة للموضة في أوروبا، إلى جانب طقوس "عرائس الموضة"، السفيرات الأول للموضة، اللواتي أصبحن أمرًا معتادًا في القرن الثـامن عـشر، يكـشفن عـن الاتجاه إلى توحيد الزي الأوروبي والقطب الجذاب الجذاب لباريس. ومع ذلك، طوال هذه الفـترة، لم يتوقف التزين عن تقديم بعض المعالم المعـترف بهـا والتـى تخـص بلـدانًا مختلفـة: عـلى غـرار الرسم، احتفظت الموضة بسمة قومية. كما سمحت الأزياء الراقيـة للموضـة بـالتخلص مـن الهيمنة القومية حين لم تنتج إلا الموديل ونسخته بأعداد كبيرة متطابقـة في البلـدان جميعهـا. إن الموضة الحديثة، حتى وإن كانت تحت التصرف المرفّه للأزياء الراقية، تبدو باعتبارهـا المظهـر الأول لاستهلاك جماهيري، متجانس، ومعتاد، غير مبالٍ بالحدود. كان هنـاك توحيـد عـالمي للموضة تحت ريادة باريسية للأزياء الراقيـة، وتجنـيس للفـضاء المـرتبط بالحلقـات المنتظمـة للتشكيلات الموسمية.

إذن فقد شهدت الموضة ثلاث ظواهر في الوقت ذاته: فكانت مركزية وعالمية ومعممة . يرجع ذلك إلى الانطلاقة التى شهدتها الثورة الصناعية من ناحية، وانطلاقة الاتصال الجماهيري من ناحية أخرى، وأخيرًا الديناميكية التي صبغت أساليب الحياة والقيم الحديثة. في الواقع، لم يحدث أن اختفت أزياء كثيرة إقليمية فلكلورية فقط، ولكن أيضًا تخفيف لعلامات التمايز المغاير في الطريقة التى ترتدي بها الطبقات المختلفة لصالح التزين وفقًا لموضة كل يوم في طبقات اجتماعية تتسع أكثر فأكثر. فكانت الظاهرة الأكثر ملاحظة وقتئذ، تتمثل في أن الأزياء الراقية، وهي صناعة للطبقات المرفهة بامتياز، ساهمت في اتساع هذا التعميم للموضة. اعتبارًا من عام ١٩٢٠ ومع تبسيط الزي النسائي الذي كانت شانيل رمزًا له أصبحت الموضة أكثر إتاحة للجميع لأنها أصبحت ببساطة أكثر إمكانية للتقليد: فكان الفرق بين أنواع الزينة المختلفة يضيق بشكل لا مفر منه. واعتبارًا من اللحظة التى اعتبرت فيها إظهار تألق الرفاهية دلالة على الذوق الرديء، وباتت الأناقة الحقيقية رصينة مع غياب الأبهة، بدأت الموضة النسائية عصر المظهر الديمقراطي. وفي عام ١٩٣١، كتبت الصحفية جانيت فلانر عن شانيل: أطلقت شانيل "النوعية الفقيرة" وجعلت الرقبة الطويلة وأكمام ملابس غرف النوم موضة أنيقة، مع استخدام الإيشارب". بالطبع تواصلت الفوارق البحتة في التمييز بين أشكال التزين للطبقات المختلفة، ولكن الحدث الأهم يتمثل في أن الرفاهية الأزيائية لم تعد لزومية تفاخرية، إلا في حالة أن تكون خافتة وتكاد لا تُلاحَظ، تغلفها بساطة "غير شخصية" وتبدو قابلة للتقليد، ونجح هذا النموذج في الوجود على ساحة الأناقة النسائية. ونذكر أن الإصدار الأمريكي من مجلة فوج كتب ذات مرة في عام ١٩٢٦، مختتمًا مقالًا عن موديل جديد من شانيل لثوب أسود ضيق ذي أكمام طويلة: "إنتاج فورد وتوقيع شانيل". وعلى النقيض من التوسع الأرستقراطي، ستتجسد الأسلوب الديمقراطي الحديث من خلال الخطوط الانسيابية في "أزياء موحدة" رصينة وفخمة. إذا كانت الثورة الأولى المؤسِسَة للمظهر النسائي الحديث قد نشأت مع إلغاء الصدرية بواسطة بواريه في ١٩٠٩-١٩١٠، فإن الثانية كانت، بلا أدنى شك، أكثر راديكالية، ونشأت في سنوات العشرينيات من القرن العشرين بإسهامات شانيل وباتو. ألغي بول بواريه الصدرية، وأعطى انسيابيّة جديدة للمظهر النسائي، ولكنه ظل على وفائه لذوق التزين المركّب،

والفخامة التقليدية للملابس. بينما أطلق شانيل وباتو الرفاهية الصارخة. فكانت نساء الطبقات الراقية ترتدين، مذاك، الأثواب القصيرة والبسيطة، مع القبعات الواسعة، والبنطلونات والسترات. واستطاع شانيل أن يجعل النساء ترتدين تايور من قماش الجيرسيه، وبلوفر رمادي وأسود وبيج. إلى جانب ابتكار السترات الكاجوال والجونلات البليسيه. باتت الأناقة تتمثل في ألا يبدو على المرأة الثراء. أما ما تأكد بالنسبة للرجال في القرن التاسع عشر، مع جمالية برومل، فقد اجتاح بطريقة أخرى العالم النسائي؛ حيث تراجعت الموضة البراقة لصالح الجمالية الديمقراطية والنقاء، والراحة. وخلفًا لأساليب التزين الظاهرة والمغايرة في ظل النظام الأرستقراطي، حيث الأناقة تعد لزومية اجتماعية مخصصة لتمييز الاختلاف الإنساني والاجتماعي بشكل جلي، ظهرت، في بداية القرن العشرين، موضة ذات اتجاه" متجانس" ترتكز على الرفض نفسه لمبدأ التنافس التفاخري والتفوق في التراتبية. " قديمًا كانت النساء أنيقات وجميلات هيكليًا. أما الآن فهن يشبهن الدمى الصغيرة الجميلة " كما قال بواريه: إن الآخرية الاجتماعية، بعيدًا عن كونها هدفًا للتنافس من خلال الزي، فهي حاضرة بسبب إخفاق علامات المسافة الاجتماعية التى تظل واضحة ولا يمكن أن تنفصل عن المتخيل الديمقراطي للمساواة في الظروف: فالكائنات المعترف بها ذوات الأصل المتشابه لا يمكن إلا أن تقدم صورة عن ذواتها دون فروق قصوى، ودون غياب لعلامات الفجوة التراتبية في جوهر الثورة الأزيائية النسائية للقرن العشرين، التي تبعتها ثورة أزيائية ذكورية، وصعود مجتمع يحكمه مثال المساواة الديمقراطي .

ومع ذلك، فالسيرورة لن تكتمل دون بعض العقبات: فالرفاهية بقيت، في الحقيقة، كقيمة لا تستبدل بالنسبة لذوق وتهذيب طبقة في قلب الأزياء الراقية. وتعميم الموضة لا يعني توحيد المظهر أو جعله مساويًا، هناك علامات جديدة أكثر تعميمًا وأكثر عصرية استمرت في تأكيد التمييز والتفوق الاجتماعي. ذلك يعني تقليصًا في علامات الفصل الاجتماعي، للمبدأ الأرستقراطي التفاخري، بالتوازي مع تلك المعايير الجديدة المتمثلة في الرشاقة، الشباب، الجاذبية الجنسية، الراحة، والاسترخاء. لم تقلل موضة المائة عام علامات المرتبة الاجتماعية، وإنما مقرطتها، مثمنة بشكل كبير السمات الأكثر شخصية، والنحافة، والشباب، والجاذبية الجنسية... إلخ .

لن يفرض الأسلوب الديمقراطي الحديث نفسه بعد تلك اللحظة بشكل موحّد تمامًا. فلم تتوقف الأزياء الراقية عن إبداع أثواب مسائية فخيمة، ومعقدة، وشديدة الأنوثة بالتوازي مع المظهر الرائج البسيط والخفيف، لقد زعزعت موضة المائة عام الفواصل بين الأنماط المختلفة للملابس النسائية. فمن ناحية، ها هي ذي موضة النهار (التنزه في المدينة وممارسة الرياضة) أي الزي العملي والمريح، و" المهني". وعلى صعيد آخر، موضة أنيقة للمساء، تستعرض جاذبية المرأة. لقد تزاوجت ديمقراطية الموضة مع عدم توحيد المظهر النسائي: الذي أصبح أكثر تنوعًا، وأقل توحدًا؛ واستطاع الحركة على الكثير من الأصعدة، من المرأة الرصينة إلى المرأة الطائشة، ومن " صبي المدرسة " إلى المرأة المهنية، ومن المرأة الرياضية إلى المرأة المثيرة. إن عدم أهلية العلامات المايزة جعل المرأة تدخل في لعبة التحولات الكاملة، والتعايش المشترك للصور الاجتماعية، والنوعية أحيانًا.

علينا القول، بشكل أكثر مباشرة: إن متخيل المساواة، وعوامل أخرى، ثقافية وجمالية، لعبت دورًا أوليًا في الثورة الديمقراطية للمظهر النسائي. الرياضة على وجه الخصوص: إن ممارسة الجولف، حتى وإن كانت ذات انتشار محدود، والتنس، والدراجة، والاستحمام في البحر، والصيد، ورياضات الشتاء، وقيادة السيارة، قد سمحت بالتعديل، البطيء أولًا، ثم أسرع كثيرًا بعد الحرب العالمية. لهيئة الملابس النسائية(١). قدم الجولف استخدام الشورت، والدراجة سمحت، اعتبارًا من ١٨٩٠، بظهور البنطال الضيق الذي ينتهي أسفل الركبة، وفي عام، ١٩١٤، سمح الشورت والاستحمام في البحر بظهور القميص دون أكمام وفتحة الصدر المكشوفة المستديرة، وفي عام ١٩٢٠، الفستان ذو قطعة واحدة تبدأ من أعلى وتمتد إلى الساقين، وعارية الذراعين. في سنوات ١٩٣٠، تعرى الظهر تمامًا في ثوب السباحة ذي القطعتين. ومنذ عام ١٩٢٠، ظهر ثوب الهوكي، والباتيناج، والتنس؛ ففي عام ١٩٢١، شوهدت سوزان لينجلن وهي تلعب التنس مرتدية، للمرة الأولى الجيب القصير

---

(١) نجد اشارات عدة حول هذه الظاهرة عند Bruno DU ROSSELLE, La Mode, Paris, Imprimerie nationale, 1980.

كما نجدها عند Marylène DELBOURG-DELPHIS, Le Chic et le Look, Paris, Hachette, 1981.

ذا الثنيات والممتد حتى أسفل الركبة مباشرة، وتي شيرت أبيض دون أكمام. اعتبارًا من نهاية القرن التاسع عشر، تعددت الملابس الرياضية: في عام ١٩٠٤، قدمت دار أزياء باربري كتالوج من ٢٥٤ صفحة مخصصًا بالكامل تقريبًا للملابس الرياضية. في بداية سنوات العشرينيات، انطلقت بيوت الأزياء الراقية في هذا المضمار: ففي عام ١٩٢٢، قدم باتو أول عرض للملابس الرياضية وملابس الهواء الطلق، وافتتح محله "ركن الرياضة "Le coin des sports, عام ١٩٢٥. أصبحت الشياكة إذن هي أن ترتدي القطعتين الرياضيتين حتى وإن كانت المرأة ذاهبة للتنزه في المدينة أو إلى المطعم: فظهر للمرة الأولى الملبس الرياضي "الراقي". حتى أصبح التنزه بالشورت، واستعراض السيقان، والأذرع، والظهر، والبطن. شرعيًا شيئًا فشيئًا: ظهر البيكيني للمرة الأولى في نهاية سنوات ١٩٤٠. وكان الأسلوب الانسيابي، المثير لا ينفصل عن الموجة المتصاعدة للرياضة، ولا عن العالم الديمقراطي الفرداني مؤكدًا الاستقلالية الأولى للأشخاص؛ حيث أطلقوا، معًا، سيرورة إظهار الجسد النسائي، وسيرورة تقليص القيود الاجتماعية للملبس، وشجعوا التعبير الحر عن الفردانية. احتفت الرياضة بالجسد الطبيعي، وسمحوا بظهوره كما هو.

لم تساهم الرياضة في تطور الملابس المتخصصة فقط، وإنما ساهمت، بشكل محوري، في تغيير الخط الذي تسير عليه الماركة المسجلة النسائية بشكل عام ذلك بابتكار مثال جمالي جديد للأنوثة. فمع الزي الرياضي، فرض نمط المرأة العمليّة نفسه. رشيقة وحديثة، تلعب التنس والجولف، بالتعارض مع الأنوثة الأرستقراطية التي تبرزها الثياب الدانتيلا. إن تبسيط الملبس في سنوات العشرينيات، والحد من الزينات المركبة لصالح أشكال شبابية ونقية، ظهرت تماشيًا مع المثال الجديد من الرياضة، والخفة، والديناميكية. وبين عامي ١٩٢٤ و١٩٢٩، ابتكر باتو هذه الموديلات من الملابس الرياضة وملابس الهواء الطلق: "موديلاتي تعني بممارسة الرياضة، وصممتها بالطريقة التي تجعلها جميلة للرؤية بقدر جمالها للاستخدام كي تسمح بحرية كبيرة في الحركة[1]" بعد ذلك بأربعين عامًا ظهر تأثير كوريج الذي لم يفعل سوى أن أضاف الراديكالية لتلك السيرورة باسم القيم ذاتها من راحة وازدهار الجسد:

([1]) Cf. Meredith ETHERINGTON-SMITH, Patou, Paris, Denoel, 1984, pp. 42-69.

"بحثت عن موضة ديناميكية، مع الاهتمام الدائم بحرية الحركـة...لقـد تحـررت امـراة هـذا العصر. ولابد أن تحرر جسديًا أيضًا.

كيـف يمكـن أن نتجاهـل التـأثير الملحـوظ لتيـارات الفـن الحـديث عـلى التحـول الديمقراطي للموضة بعد الحـرب العالميـة الأولى، إن هيئـة المـرأة في سـنوات العـشرينيات، المستقيمة والمشوقة، قد تغيرت نحو هيئة ديناميكية شبابية أكثر حرية، هى في وئام مبـاشر مـع الفضاء التكعيبي التصويري المصنوع من مساحات حادة وزوايا وخطـوط عموديـة وأفقيـة، ملامح بدأها بيكاسو، براك، ماتيس، بعد مانيه وسيزان.

وبعد ديمقراطية المظهر، كان الاتساع ثم التعميم للرغبة في الموضـة، والـذي اخـتص قديمًا بالطبقات المميزة في المجتمع. لم تقرب موضة المئة عام فقط بين طرق الملبس، بل نشرت في الطبقات جميعها ذائقة الصيحات الجديدة، وجعلت من الطيش تطلعًا جماهيريًا إلى جانـب أنها دعمت الحق الديمقراطي في اتباع الموضـة الـذي أسـسته الثـورة. حتـى وإن اسـتطاعت طبقات اجتماعية عريضة التعامل مع الموضة، منذ قرون عدة، إلا أن "الحق" في اتبـاع الموضـة لم يجد له مكانًا حقيقيًا وشرعية جماهيرية إلا بعد الحربين العالميتين. أعتقت موضـة المائـة عـام المظهر من المعايير التقليدية في ذات الوقت الذي كانت تفرض فيه التغيير على كل الطبقـات، تقديس الحداثة: تجاوزت الموضة كونها حقًا، لتصبح لزومية اجتماعيـة -طبقيـة. وبـدافع مـن هوس الأزياء الراقية، كانت المجلات المتخصصة، والنجمات، والجماهير تساير شفرة الموضة، والتنوعات السريعة للتشكيلات الموسمية، بالتوازي مع صعود شفرة الأصالة والشخـصية. تلك هي واحدة من سمات موضـة المائـة عـام: المطالبـة بالفردانيـة التـى تـتسع أكثـر فـأكثر وصاحبتها طاعة عمياء، وتوحيد للمظهر، واتباع إلزامي، لمعايير مصممي الأزياء الراقيـة. في الوقت الذي يدوّن فيه كل موسم صيحاته الجديدة لاغيًا، بشكل فوري، مـا "فعلـه" سـابقا، تبعت الموضة، بشكل أكثر قربًا، الفواصل والمعارضات، بينما لم تشهد أضداد الموضة انتـشارًا إلا في سنوات الستينيات. إنه فـرض لاتجـاه متجـانس وإعـلان -مطالبـة موسـمية بموضـة "رسمية" من ناحية، ومطابقة جماهيرية وخضوع موحد للشفرات الأزيائية من ناحية أخرى:

هذه اللحظات تتعلق، على النقيض من نوعيتها التنظيمية، للعصر القواعدي والمعياري[1]. إن الموضة التى انتشرت تحت مبدأ الفردانية لم تصل إلى كونها معممة إلا بفرض المعايير الموحدة المعيارية. والمنطق الحر للاختلافات الشخصية. ساهمت موضة المائة عام، بالتوازي مع التنظيمات القواعدية والمؤسسات الديمقراطية، في تنظيم مجتمعاتنا على أسس تقليدية، وعلى معايير عالمية ومركزية، وتأسيس المرحلة الأولى للمجتمعات الفردانية والاستقلالية الحديثة.

الموضة باعتبارها أحد الفنون الجميلة

ظهر تنظيم الموضة كما نعرفه بشكله الحالي مع بيوت الأزياء الراقية، في خطوطه العريضة على الأقل: تجديدات موسمية، عروض للتشكيلات على عارضات أزياء بشرية واعتقاد مزدوج لوضعية اجتماعية لمهنة تصميم الملابس. الظاهرة الأساسية، في الحقيقة، تتمثل في التالي: منذ وورث، فرض مصمم الأزياء نفسه باعتباره مبدعا ترتكز مهنته على إبداع موديلات غير مسبوقة، وإطلاق خطوط أزيائية جديدة بانتظام والتى تنبع، مثاليًا، من موهبة فريدة، معترف بها، ولا تقارن بموهبة أخرى. إنهاء العصر التقليدي للموضة، ودخولها إلى مرحلتها الفنية الحديثة، تلك هي الحركة التى أتمها وورث، أول من قدم تغييرات لا نهائية على الشكل، والأقمشة، والنقوشات، والتى زعزعت توحيد الزينة من ناحية صدم الذوق الجماهيري، والذي يمكن أن يطالب "بثورة" في الموضة. أصبح مصمم الأزياء، بعد قرون من الموجات المتلاحقة، فنانًا حديثًا، حيث قانونه الإلزامي هو الابتكار. سوف تتماهي الموضة، من خلال هذا السياق، مع القانون الإبداعي للأزياء الراقية أكثر فأكثر: قبل عام ١٩٣٠، كانت بيوت الأزياء الكبرى تقدم تشكيلات ثرية كل موسم تتألف من ١٥٠ إلى ٣٠٠ موديل جديد، وفي سنوات ١٩٥٠، حيث يتنوع المعدل المتوسط كذلك بين ١٥٠ و ٢٠٠، كانت الابتكارات الشتوية في باريس تقدر ب ١٠٠٠٠ نموذج.

---

(١) ستكون سنوات الستينيات، بتنويعاتها السريعة والمفاجئة خاصة فيما يتعلق بأطوال الأثواب (القصيرة والطويلة). هي اللحظة الأخيرة لهذا التوحيد "الموجّه" للجماهير.

إن الانفصال عن الماضي واضح وقاطع: حيث الحرفي" الروتيني" والتقليدي، أى الخياط، أصبح" عبقرية" فنية حديثة. حتى تلك اللحظة كان مصمم الأزياء أو الخياط صاحب مبادرات محدودة، وكان استخدام "الباترون" لزوميًا، والتصميم العام للملبس، وعناصره الأساسية كانت لا تتغير تقريبًا طوال فترة طويلة، ما عدا بعض الأجزاء هي التى كانت تتسم ببعض التحديث والابتكار. كما ينبغي انتظار ظهور "بائعي وبائعات" الموضة، في النصف الثاني من القرن الثامن عشر، كي يُعتَرف ببعض الاستقلالية الإبداعية، فيما يخص مهن الموضة. إن الموهبة الفنية التى توافرت لبائعي الموضة تكمن في الموهبة التزيينية، في القدرة على جعل الزي جميلًا ونبيلًا بوسائل فانتازيا الموضة (مثل القبعات، وأغطية الرأس المختلفة، القلائد، والأشرطة، والريش، والقفازات،) وليس في ابتكار الخطوط الأساسية. محافظة وتوحيد في المظهر العام، وفانتازيا وأصالة بشكل أو بآخر في التفاصيل. وهكذا نستطيع أن نلخص المنطق المصاحب للموضة منذ تجسدت فعليًا في الغرب اعتبارًا من منتصف القرن الرابع عشر. أن تلك الوضعية هي ما ستزعزع الأزياء الراقية مذّاك. إن الاعتقاد الأقصى في الموضة يكمن في ابتكار لا ينتهي للأنماط الأصلية. أما ما يمضي فهو في الأساس خط الأزياء، والفكرة الأصلية، ولم يعد على مستوى الزينة والإكسسوارات، لكن على مستوى " الباترون" نفسه. استطاعت شانيل أن تطلق، لاحقًا، عبارة: " فلنصمم الثوب أولًا، ثم نصمم عناصر الزينة "

يعد مصمم الأزياء مبدعًا حرًا، من حيث المبدأ، يعمل بلا قيود؛ في الواقع، فإن كبار المصممين، المتربعين على قمة المؤسسات الصناعية والتجارية، يرون أن استقلاليتهم الإبداعية محدودة بأذواق العصر، والأسلوب الرائج، والطبيعة الخاصة للمنتج، والزي، الذي لابد وأن يغازل جمالية الأفراد، دون الاكتفاء بإرضاء المشروع الخلاق البحت. ولهذا فلا نستطيع أن نبالغ في تقدير التوازي بين ظهور مصممي الأزياء المبدعين وظهور الفنانين المحدثين بالمعنى المتشدد. وإذا كان الجديد أصبح قانونًا مشتركًا، فيبقى أن الرسامين والكتاب والموسيقيين لهم حرية التجريب، وسلطة قهقرة القيود المفروضة على الفن التى ليس لها مكافئ في مجال الموضة. ينبغي أن تكون الملابس مغوية وتعطى قيمة للشخص الذي يرتديها، حتى وإن كانت جديدة؛ كما لا ينبغي أن تظهر قبل أوانها بكثير، ولا أن تصدم

الذوق العام بشدة. إذن، لم يتغير كل شيء مع صعود الأزياء الراقية: كما كان في الماضي، الجديد في الموضة يظل عبارة عن مجموعة تنويعات بطيئة بشكل ضروري في أسلوب معاصر، "مغامرة مريحة "سابير" (Sapir,) "دون مخاطرة" مقارنة بالقطيعات العنيفة للفن الحديث. نلاحظ عدم الاستمرارية التنظيمية للأزياء الراقية، ولكن على أساس استمرارية الموضة ولزوميتها المتعلقة بالغواية الفورية.

على النقيض من تلك النزعة المحافظة التقليدية للموضة، نظمت الأزياء الراقية لدرجة ما منطق الابتكار. بشكل أقل راديكالية، ولكنها على الرغم من ذلك عبّرت عن وضعية أصلية ظهرت في أوروبا، وهي ليست ظاهرة جديدة إذ، مع مطلع القرن العشرين، أعجب بعض كبار المصممين بالفنانين المحدثين وخالطوهم: بواريه هو صديق بيكابيا، فلاينك، ديران ودوفي. وشانيل مرتبطة ب پ. ريفردي، ماكس جاكوب، جران جريس، فهي التي صممت ملابس انتيجون ل كوكتو، كما كان بيكاسو هو من صمم الديكور، والموسيقى لهونيجر؛ إن تشكيلات شياباريللي كانت مستلهمة من السريالية. تعددت أشكال الجرأة الأزيائية، حتى وإن كانت بطيئة، وتنوعت الأذواق الجمالية والصورة النمطية للمرأة (أسلوب-قصة الاجرسون، أثواب المساء الفخيمة والبمبي الصادم (**shocking pink** والثوب القصير على الركبة لسنوات العشرينيات، الصدر المكشوف جدًا في صيف وملابس الشاطئ عام ١٩٣٠، والمينى جيب في عام ١٩٦٠. سنت بعض الولايات الأمريكية، في سنوات العشرينيات، قوانين كي تقاوم موجة عدم الاحتشام المرتبطة بتقصير الأثواب[1]، من قبل، اعتبارًا من عام ١٩٠٠، أقام بطريرك باريس دعوى ضد مصممي الأزياء، المسئولين عن الموضة المشينة والمثيرة. اعتبارا من سنوات العشرينيات، استبدل شانيل وباتو منطق الزينة المركبة منذ وقت طويل بالأسلوب والخطوط المستقيمة، ثورة في الملبس النسائي ظهرت وأدّت بطريقة ما إلى "القطيعة" مع الماضي، ومع اللزومية الطقوسية والزينة الباهظة التى كانت موضة سابقة.

([1]) **James LAVER, Costume and Fashion, A Concise History (1960), Londres, Thames and Hudson, 1982, p. 232.**

إنه تواضع نسبي للموضة ("الثوب-القميص")، واستخدام أقمشة رخيصة، مثل: " الجيرسيه"، وموضة نسيج الكتان، والخامات الرخيصة عند شياباريللي، التي تشبه تلك المستخدمة في الفن الحداثي؛ تبسيط وتنقية للموضة بالتوازي مع بعض الأبحاث التكعيبية، والتجريدية. على غرار الفن، انطلقت الأزياء الراقية في سيرورة من التقطعات، والتدفق، والتغيرات العميقة التي تجلت في مظاهر دورانها حول نفسها وعودتها أحيانًا إلى الوراء (مثل نيو لووك ديور)، على الرغم من عدم خطّيتها. حتى وإن كان التقدم إلى الأمام لا يترجم من خلال العلامات القصوى والهدامة، فقد ربحت الموضة، على مدار مسيرتها، بشكل هزلي، بالمنطق الحديث للثورة، وتقطعاتها، وولعها بالجديد، ولكن أيضًا اتصالها بالماضي، وكفاحها لتحديد اتجاهها العام الذي يخص عالم المبدعين.

إن الرسالة الجديدة للمصممين تتماشى مع إعلاء اجتماعي فوق العادة. في ظل النظام القديم، كان الخياطون والمصممون شخصيات مجهلة في الفضاء الدوني"للفنون الآلية"، ولم تكن أسماؤهم معروفة قط، تقريبًا، في المقالات أو النصوص التي تتطرق للموضة من قريب أو من بعيد. كما حظي مصمم الأزياء، مع التغير الذي حدث في القرن التاسع عشر وبخاصة مع وورث، بنفوذ كبير، وسوف يتم الاعتراف به كشاعر، وسوف يحتفى باسمه في جرائد الموضة، ويظهر في الروايات تصاحبه ملامح السمو، الخلاق للأناقة؛ ويضع توقيعه على تصميماته مثل الرسامين ويحمي القانون تصميماته. فرض مصمم الأزياء نفسه بخطابه المثير لضرورة "الإلهام" "فنان الرفاهية" (بواريه) الذي يجمع الأعمال الفنية، ويعيش وسط ديكور راقٍ، محاطًا بالشعراء والرسامين، ويبتكر ملابس المسرح وعروض الباليه، والأفلام. حدثت هجمة مرجعيات فنية من أجل تحديد واضعي النموذج: هل يعد ديور هو النموذج لمصممي الأزياء؟ أم كان بالنسياجا هو بيكاسو الموضة[1]. كما استخدم إبداع الموضة الاستشهاد الفني: الأثواب الموندريان أو ال بوب-ارت، وجونلات بيكاسو، ولإيف سان لوران. لم تسمح الأوساط الاجتماعية الراقية والصحافة المتخصصة للمصممين الكبار بتدعيم صورتهم

([1]) Cecil BEATON, Cinquante Ans d'élégance et d'art de vivre, Paris, Amiot-Dumont, 1954.

كفنانين فقط، ولكن سمحت لهم كذلك بشهرة دولية هائلة: في عام ١٩٤٩، اختارت مؤسسة جالوب كريستيان ديور كأحد الشخصيات الخمس الأكثر شهرة في العالم.

ومع كون الموضة أمرًا استعراضيًا، فإن الإعلاء الاجتماعي الذي حظيت به لم يكن جديدًا تمامًا. فمنذ منتصف القرن الثامن عشر إعتبر المشتغلون بالموضة، ومصففو الشعر، وصانعو الأحذية، "وتجار الموضة" فنانين من أعلى الدرجات وظلت هذه الاعتبارية في تزايد مستمر. في ذلك العصر، ظهرت الملامح الأولى لفن التصفيف وبخاصة لوجرو وتيسو. كتب لو فالمر-مصفف ديدروه-، في كتابه" مبادئ فن التصفيف": "من بين جميع الفنون، ينبغي أن يكون تصفيف الشعر من أكثر الفنون تقديرًا" ها نحن ندخل إلى عصر المبدعين الكبار، يصففون الشعر وهم يرتدون زيًا معينًا، ويختارون زبائنهم ويطلق عليهم " مبدعين". لوجرو كان يعتبر فنه أعلى من فن الرسامين وافتتح أول مدرسة مهنية تحت اسم" أكاديمية تصفيف الشعر". بعد ذلك بقليل، كان اسم ليوناردو هو من فرض نفسه، ربما كان هو مصفف الشعر الأكثر شهرة، والذي قالت عنه مدام دي جينلي، في عام ١٧٦٩، " أخيرًا جاء ليوناردو، لقد جاء، وإنه لَمَلِك." انتصار آخر، للإسكافيين الأكثر تميزًا، أو "فناني الأحذية"(١)، ولتجار الموضة كذلك، الذين اعتبروا فناني موضة، كما اقترح ل.س. مرسييه L. S. Mercier في لوحة باريس: " إن المصممين الذين يصممون ويقصون جميع قطع ملابس النساء وثيابهن والخياطون الذين يحيكون الصدريات على حسب الجسد هم البنّاءون؛ أما تجار الموضة بإبداعهم للإكسسوارات، ومحاكاتهم للفضيلة، ومنح المسحة السعيدة، هم المهندسون والمزينون بامتياز(٢)." إن تجار الموضة الذين أحلوا الموضة محل الزي الأرستقراطي منذ وقت ليس ببعيد، كونوا ثروات وتمتعوا بمجد هائل: حيث اعتبر بولار شاعرًا، وروز بيرتان، " سفير-وزير-الموضة" لـ ماري انطوانيت، وتم الاحتفاء به من قبل الشاعر ج. دوليل J. Delille في أبيات، ونجد اسمه في خطابات ذلك العصر، وفي المذكرات

---

(1) Edmond de GONCOURT, La Femme au XVIIIe siècle (1862), Paris, Flammarion, 1982, pp. 275-276.

(2) Anny LATOUR, Les Magiciens de la mode, Paris, Julliard, 1961, chap. 1er.

والأناشيد. ونذكر أن روز بيرتان أجاب على إحدى زبائنه التى كانت تناقش أسعاره: "ألا ندفع لاسم فيرنيه وليس لأقمشته وألوانه؟[1] " مستخدمين الحجة ذاتها في المناسبات جميعها: عروض المسرح، التأبين، الأحداث السياسية، المعارك، إن فن تجار الموضة كان يمارس في أشكال متعددة للفانتازيا والرسميات؛ إبداعات الفنانين هي التى تفسر ارتفاع قيمة الفواتير. "فتكلفة فستان، على النحو الوارد في دفاتر الحسابات، القماش (٩٩ ياردة أو ١٠٧ أمتار من المخمل الأسود) تبلغ ٣٨٠ جنيهًا، والتصنيع ١٨ جنيها والزخرفة ٨٠٠ جنيه[2]". فى ظل إمبراطورية لوروا الذى اعتاد التفاخر باعتبار صانع الأزياء فنانا، ذكرت إحدى مجلات الموضة الآتى: "السادة الخياطون يحتقرون اليوم التفصيل ويهتمون فقط بما يسمونه تصميم الأزياء" في نفس اللحظة، أطلق على مصممة الأزياء الشهيرة، مدام ريمبو، لقب "مايكل أنجلو الموضة."، كما لقب موريس بوفي بلقب "لامارتين الموضة."، ولمعت أسماء جديدة من المصممات (فينيو، بالمير، فيكتورين)، والمصممين (ستوب، بلين، شيفري). وكما فرض وورث نفسه باعتباره " ملك الذوق"، أصبح أهل الموضة، منذ وقت طويل، أهلًا للفنون. إن شهرة وورث ومن بعده شهرة كبرى بيوت الأزياء، عند زبائنه، والرفاهية والدقة في تصميماته، وسمات الفنان المتوافرة فيه، وعناصر الظاهرية لا تشير إلى طفرة تاريخية، بل تطيل سيرورة إعلاء اجتماعي يعود إلى قرن كامل .

لا يمكن الفصل بين التكريس الاجتماعي الذي حظيت به المهن المتعلقة بالموضة والتمثيل الاجتماعي الجديد للموضة الذي بزغ في اللحظة ذاتها تقريبًا. فعلى مدار قرون، لم تكن الموضات موضعًا للوصف في حد ذاتها: لم توجد أى جريدة متخصصة، ولا أى تأريخ يحرره متخصصون. وعندما تثير بعض النصوص موضوع الموضة كانت توجه لجمهور محدد من القرّاء، كذا المؤشرات التى يثيرها الكتاب الأخلاقيون، والروح الدينية أو التوقعية لم تكن إلا حجة من أجل إثارة أخلاقيات العصر وأشكال الضعف الإنساني أو التنديد بها:

([1]) E. de GONCOURT, op. cit., p. 275.

([2]) Yvonne DESLANDRES, Le costume image de l'homme, Paris, Albin Michel, 1976, p. 134.

التمسك بالبرجوازية، والولع بـ "المظهر" عند أهل البلاط، والميل إلى التبذير، وغيرة النساء ورغباتهن. وبشكل عام كانت المعلومات أقل أهمية من الدقة الأسلوبية للمصممين أو الانتشاء الناتج عن ممارسة النزق. مع الفترات الأولى اللامعة للموضة في نهاية النظام القديم، تغيرت معالجة الموضة؛ فمذاك، أصبحت تعرض نفسها بنفسها، وباتت متاحة للعين: في المعارض ومتاجر الموضة الفرنسية والإنجليزية، ما ظهر فيما بين ١٧٨٦-١٧٨٩، كان عنوانه الفرعي: "عمل يتيح معرفة دقيقة عن الزي والمظهر الجديدين." بلا شك، استوجب ذلك أدبًا ونقدًا جديدين وذلك، حتى القرن العشرين، لكن دون مقياس مشترك مع الانتشار السسيولوجي والإعلامي للاتجاه الجديد"الإيجابي" ليجعل من الموضة موضعًا للرسم، والتحليل، والتدوين باعتبارها مظهرا جماليا. تكاثرت خطابات الموضة ليس فقط في المجلات المتخصصة، والتى تزايدت كثيرًا في القرنين التاسع عشر والعشرين، ولكن أيضًا عند الكتاب أنفسهم الذين، على مدار القرن التاسع عشر، جعلوا من الموضة موضوعًا جديرًا بالاهتمام والاحترام. كتب بلزاك "معالجة للحياة الأنيقة"(١٨٣٠) وباربي دورفي" عن الأناقة وعن جورج بروميل" (١٨٤٥) إلى جانب العديد من مقالات حول الموضة. كما حرر بودلير "مديح الماكياج"؛ ورأى في الموضة عنصرًا مكونًا للجمال[1]. كما كتب مالارمي عنه وحده آخر موضة؛ في نهاية القرن، ب. بورجي، وجونكور، وموباسون منحوا للرواية الاجتماعية كرامة أدبية وجزءًا من الواقع صانعين رسمًا دقيقًا وحرفيًا للحياة الأنيقة **high life** وديكورها الرقيق، المرهف، والمرفه. بعد ذلك بقليل، سيصف بروست المنافسات الدنيوية وسوف يتساءل حول البعد النفسي للموضة، كما كانت محط نقاشات في صالونات سان جيرمان. اعتبارًا من النصف الثاني من القرن الثامن عشر، فرضت الموضة نفسها كشيء جدير بالمراقبة والتوصيف، والاستعراض، والتفلسف. إن العصر الأخلاقي- النقدي للموضة أفسح مجالًا للعصر المعلوماتي والجمالي مترجمًا استثمارًا زائدًا للتساؤلات المتعلقة بالمظهر، واهتمامًا لا سابق له بالصيحات الجديدة، هذا الولع الديمقراطي أتاح الفرصة لمجد أهل الموضة وبخاصة كبار المصممين .

---

[1] **BAUDELAIRE, Le Peintre de la vie moderne, in Œuvre complètes, Paris, Gallimard, La Pléiade, p. 903.**

في الوقت الذي تتأكد فيه الموضة كعنصر رفيع-أصبح العصر ثريًا بابتكار كلمات مثل " آخر صيحة". واعتبارًا من القرن التاسع عشر، كان الحديث عن " الجميل"، و" المتأنق" " الليونز "

ستشهد السنوات الأولى من القرن العشرين ظهور " آخر مركب"، " في القطار"، "آخر موضة". واستتبع تعدد خطابات الموضة تسريعًا وتكاثرًا في مفرداتها لتضاعف من التكريس الحديث للزائل.

صاحب الاستحقاق الاجتماعي والجمالي للموضة إعلاء لعدد من الموضوعات الفرعية، التى كانت تعالج آنذاك بمنتهى الجدية كما تكشف الأذواق وأعمال أدبية عديدة مثل: فن الأكل لبرشو (١٨٠٠)، تقويم المستطعمين لجريمو دو لارينيير (١٨٠٣)، فسيولوجيا الذوق لبريلا-سافارا(١٨٢٥)، فن وضع رابطة العنق (١٨٢٧)، فن التدخين والاستنشاق دون مضايقة الجميلات لإميل مارك ايلير(١٨٢٧)، دليل مسايرة الموضة لأوجين رونتيي(١٨٢٩)، نظرية المسيرة لبالزاك. كما احترم العصر الديمقراطي الحديث مظاهر الطيش، ورفع الموضة وما يتعلق بها إلى مرتبة الفن الرفيع والموضوعات الأخرى الرفيعة. فأصبحت أشياء مثل التزيين، وأماكن التنزه، الملابس، تصفيفات الشعر، والسيجار، والطعام أشياء أولوية، توازي الانشغالات التقليدية للنبلاء.

لم يكن الصعود الاجتماعي لأهل الموضة ظاهرة بلا مقدمات: بمعنى أننا يمكن أن نربطها بحركة مطالبة قبل ذلك بكثير، حين دشن القرن الخامس عشر والسادس عشر عن طريق الرسامين والنحاتين الذين لم يكفوا عن احتذاء وضعية، لمهنهم، تتعلق بفن متحرر ومتميز جذريًا عن فن المهن الآلية أو النمطية. ولكن إذا كان كفاح الهيئات المهنية للوصول إلى مرتبة الفنانين والتمتع والاعتراف الاجتماعي ليس جديدًا على الإطلاق، فإن السيرورة ظهرت بعلامات خاصة، مطابقة للحظة التاريخية للدرجة التى جعلتها قريبة جدًا من القيم الخاصة بالعصر الحديث. اللافت للنظر في الحقيقة، يتمثل في الطريقة التى ترجمت بها المطالبة بوضعياتهم الجديدة: الشواهد جميعها تتجمع، حيث فرض فنان الموضة نفسه بشكل لا سابق له على زبائنه، وإن كان ذلك في الطبقة الاجتماعة الأكثر رقيًا. إن مصممي الموضة

السامیين لم يروا في فنهم نبلًا موازيًا لفن الشعراء والرسامين فقط، بل تصرفوا على المستوى ذاته الذي يتصرف به النبلاء. على هذا الصعيد، فإن مطالبات مهن الموضة لا تنفصل عن القيم الحديثة، وعن مثال المساواة الذي يعد واحدًا من مظاهرها. هي ظاهرة لا سابق لها وتترجم دفعة الطموح الاجتماعي المرتبط بالعصر الديمقراطي في حالته الناشئة. لاحظ توكفيل ذلك من قبل وعلق عليه: " في اللحظة التى تتأسس فيها تلك المساواة بيننا، تتولد سريعًا طموحات بلا حدود... فكل ثورة تزيد من طموحات البشر. وهذا ينطبق بالأحرى على الثورة التى تعكس أرستقراطية ما(1)." ولم يظهر هذا الغرور على من يشتغلون بالموضة فقط، ولكن ظهر في سلوكيات الشباب المساير للموضة، ولزوميات الأناقة. حتى إنه في الخطابات التي ظهرت نجد نبرة جديدة تتجسد إزاء القارئ(2). كتّاب مثل ستاندال، ميريمي، أ دي موسي، تيوفيل جوتيي، سجلوا أذواق الجمهور العريض وخوفهم من أن يتعمم ذوقهم. إن الرغبات الفنية وشطحات مصممي الموضة لا يمكن أن تنفصل عن تيار أكبر من الطموح، وإعلاء التفاهة، يتعلق بدخول المجتمعات عصر المساواة .

إن التكريس الذي حظي به مبدعو الموضة، لا يعود إلا جزئيا، بكل تأكيد، إلى طموح أصحاب المهنة ذاتها، حتى وإن كان نتيجة للمطالبة بالمساواة. وكما نجح المشتغلون بالموضة في التمتع باعتراف اجتماعي يضاهي الفنانين الموهوبين، فإن ولعًا جديدًا بالمظاهر السطحية، والتطلعات الجديدة، وهي تثمن بأسلوب لا مثيل له أحداثًا تستحق الالتفات حتى تلك اللحظة. بلا شك، تمتعت الموضة، منذ عصر النهضة، بتقدير ما باعتبارها رمزًا للامتياز الاجتماعي وحياة البلاط وظاهرة تستحق الاحتفاء في مجملها وتفاصيلها. في العصور الأرستقراطية، كانت الموضة تعبيرًا ماديًا جدًا عن التراتبية ينتبه لها الجميع، فالأسلوب الرفيع في الأدب والعروض البطولية، والسلوكيات المجيدة للكائنات الاستثنائية، والحب المثالي والنقي للأنفس السامية، وليس الأشياء الصغيرة والسهلة، والحقائق الملموسة. كانت

---

(1) A. de TOCQUEVILLE, De la démocratie en Amérique, Œuvre complètes, Paris, Gallimard, t. I, vol. II, p. 250.

(2) John C. PREVOST, Le Dandysme en France (1817-1839), Paris, 1957, pp. 134-162.

النماذج الوحيدة الحتمية هي تلك التى تتجسد من خلال المجد، والحب السامي، وليس من خلال صور الموضة. إن الإعلاء من ممارسات الطيش لا يمكن أن يتفعل إلا بسبب فرض معايير جديدة تشوه التقديس البطولي لأخلاقيات البلاط وتعاليم المسيحية التقليدية التى تعتبر الطيش من علامات الخطيئة الكبرى، والتطاول على الرب والمستقبل. ولا ينفصل عن ضياع الشعور التدريجي بالقيم البطولية وبالأخلاق الدينية، فإن الإعلاء من شأن الموضة له من الرصيد ما سيجعله يتحقق، في البلاط وفي المدينة نفسها، واعتبارًا من القرن الثامن عشر، المتعة والسعادة، مع الصيحات الجديدة والتسهيلات المادية، الحرية التى تعتبر إرضاء للرغبات، انتصر التمتع الشخصي وذوق الغواية على المجد والعظمة. ينبع التقديس الحديث للموضة من هذا الانتقاص لفكرة القيم الإنسانية رغم كونها أحد مظاهره. إن الولع بالسعادة، والبحث عما هو جميل، والتطلع لحياة أكثر حرية، وأكثر سعادة، وأكثر سهولة، سارع سيرورة أنسنة السمو، والمفاهيم الأقل تفاخرية، وخفض من الجميل، إلى جانب نبلنة الأشياء المفيدة، و"قوائم المتعة"، والفانتازيا التزيينية، وأشكال الجمال والرفاهة الوقتية: فانتصر تفضيل "الشقق الصغيرة"، وزينة الداخل، والتفاصيل الصغيرة، واللوج الصغير في المسارح، وغيرها. وبدلًا عن مظاهر التفاخر ها هي جمالية الأشكال اللطيفة، ومديح الخفة المغوية، والتنوع الذي أصبح مصدر المتع والإثارة. في قلب الوضعية الحديثة للموضة، يحتفي النموذج الجديد الفرداني بالحرية، والمتعة، والسعادة، كذلك محلات الموضة، التى اتخذت عبارة: "الملل يومًا من توحد الزي."، وكأنها صدى لروح مبدأ المتعة **édonisme** الذي انتشر في ذات القرن (وإن كان قد تصالح مع العقل، والاعتدال، والفضيلة)، والأحاسيس غير المتوقعة، والمفاجآت، والتجديدات. وبعد الإعلاء من شأن الموضة، وحب الذات، انتشرت أهواء ورغبات إنسانية متعددة "وضع العالم بأسره في حالة إشباع لتلك الرغبة التى يحملها منذ الميلاد للأشياء التى تبدو له بالكثير من الجاذبية والوهج." إنها تلك القيم الأخلاقية الجديدة المحتفية بالإنسان التى سمحت بنبلنة الموضة. والأيدولوجية الفردانية والعصر السامي للموضة هما إذن لا ينفصلان؛ تقديس الانتشاء الفردي، والراحة، والتمتع المادي، والرغبة في الحرية، وإرادة إضعاف السلطة الأخلاقية وقيودها: لم تسيطر عليه أيدولوجية

الحرية والمساواة وحدها على المعايير الاجتماعية والتعاليم الدينية غير المتوافقة مع مكانة الموضة، بل سيطرت أيضًا أيدولوجية المتعة، التي تعد من سمات العصر الفرداني.

بالتأكيد كان انتصار المتعة والطيش أمرًا متماشيًا مع تزايد معدلات الشراء، وتطور "مجتمع البلاط" والصالونات، والموقف الجديد للنبلاء، الذين فقدوا كل سلطة حقيقية، وانحصروا في إيجاد رموز امتيازهم في الحيل التزيينية والسطحية في اللحظة ذاتها التي تبحث فيها البرجوازية الصاعدة عن محاكاة طرق النبلاء، بشكل لم يسبق له مثيل. أنتجت الثورة كذلك السيرورة المحبذة لرغبات التنامي والبريق، وإعلاء الرغبة في كسر الحواجز، وصيانة الأرستقراطية باعتبارها منارة للحياة المدنية، واستتباع إرادة التخلي عن علامة المشترك والسوقي من خلال جماليات متزايدة للمظهر. مهما يكن، فإنه من الإجحاف أن نشبه الظاهرة بوسيلة انتخابية للاعتراف بالطبقات والتمايز بينها في مجتمع اختفت منه حتمية عدم المساواة، وتعقدت فيه المعايير المستقرة للجدارة الاجتماعية، حيث النفوذ أقل منحًا منه اكتسابًا. سوف تتأول الوضعية الجديدة للموضة، على المدى الطويل، كمرحلة أو أداة للثورة الديمقراطية. لكن ما الذي يعنيه، حقيقة، التكريس الأرستقراطي للموضة، وتخفيض معنى السمو، وأنسنة المثل العليا، الأولية الممنوحة "لقوائم المتع" المتاحة للجميع، وهوس الاختلافات الطفيفة والفروق الدقيقة؟ لقد حل المثال الديمقراطي للغواية، والنجاحات السريعة، والمتع الفورية محل التمجيد البطولي للعظماء والخارقين، والأخلاقيات الأرستقراطية. ساهمت مملكة الموضة في سيرورة المساواة، وذلك برفعها لظواهر ووظائف دونية إلى مرتبة الاستحقاق والجدارة، وإذابتها للتقسيم القائم بين الفن النبيل والفن المتواضع. بدأ الاحتفاء بالموضة كمظهر ديمقراطي من خلال هذا التذويب للأنواع والمهن المسكّنة في الهرمية مُؤسِّسةً مساواة من حيث المبدأ بين مجالات كانت قديمًا غير متجانسة، حتى وإن كان ذلك باسم الاختلاف التمييزي.

في الوقت الذي حظيت فيه الموضة وأهلها بصكوك الانتماء لطبقة النبلاء، فإن "أهل الفكر"، الفلاسفة، والكتاب، والشعراء، سيتمتعون كذلك بنفوذ هائل، فكانوا يعتبرون

أحيانًا "مساوين للمملوك" (فولتير على سبيل المثال) وتقلدوا دورًا عظيمًا هو دور المرشدين، والمعلمين، ورسل جنس البشر(١). كما فرض فنان الموضة نفسه باعتباره سفير الأناقة، حيث تقلّد المفكر، والشاعر، والعالم بعد ذلك بقليل، دوره في شرعنة القيم، وحقه في تهذيب ذوق الشعب، والتحكم في الرأى العام وفي مسيرة التقدم. هذا الانتصار لأصحاب الفكر والفنانين أصحاب الرسالة لا ينبغي أن يلغي الوجه الآخر اعتبارًا من العصر الرومانسي وبخاصة من منتصف القرن التاسع عشر، هي اللحظة التى بدأ فيها الفنانون، في الواقع، في منح تمثيل لذواتهم(٢). كان مجد الفنان وما صاحبه من تصاميم وروعة القصور تماشيا سويًا. والظاهرة ستتضح مع مبدعي الموضة باعتبارهم فنانين، والبحث عن أفعال " ضد-فنية"، وإبراز الفن الدوني للحياة. فرضت صورة منتصرة وإيجابية تمامًا نفسها تعلو تلك التراجيديا للحضور الفني، صورة للموضة ولمصمم الأزياء العظيم، الفنان الذي يظهر عنده النزق الطائش باعتباره لعبة ضرورية: "إن روح-فكر التعارض-في الموضة هو متكرر ومعتاد للدرجة التى تجعله يكاد أن يكون قانونًا، فالنساء لا يرتدين معطفًا فوق الثوب الخفيف أو قبعات في شهر أغسطس، إذ إنه في قرارات الموضة والنساء، نوع من التطلع للذوق الرفيع والساحر(٣)". ومع أن مصمم الأزياء الكبير المحتفى به من قبل العالم والصحافة والكتاب، والفنانين المحدثين، والرسامين على وجه الخصوص، قد عرف تفككًا طبقيًا مؤكدًا ورفضًا اجتماعيًا: أعماله، منذ سنوات ١٨٦٠، كانت تمثل فضائح، وتستدعي السخرية، والاحتقار وعدائية الجمهور. فنشأت قطيعة بين الفن الأكاديمي والفن الجديد، فتعرض الرسامون لعدم الفهم من قبل جمهور عريض، وللازدراء أحيانًا والتمرد، ومصير "الفنان الملعون"، المتعارض بطريقة فجة مع ميراث كبار المصممين، وتقبلهم للقيم السائدة. فارتبط بمجد المصممين سقوط نفوذ الفنانين المحدثين: إنه احتفاء من جانب، وانهيار من جانب آخر، فتابع المنطق الديمقراطي، في هذا المحل أيضًا، مسيرته لفرض المساواة في الظروف، والفروق

([1]) Paul BENICHOU, Le Sacre de l'écrivain, Paris, José Corti, 1973.

([2]) Jean STAROBINSKI, Portrait de l'artiste en saltimbanque, Genève, Skira, 1970.

([3]) Paul POIRET, En habillant l'époque (1930), Paris, Grasset, 1974, p. 214.

والهرميات القصوى، رافعًا من جدارة البعض مع "الحط من" قدر آخرين، لم يتوقف الفن مطلقًا عن تأكيد مكانته العليا، وإن كان ذلك يحدث بطريقة مبهمة .

إن العصر الذي كرم الموضة هو ذاته الذي جعلها، مع ذلك، "ممنوعة" على الرجال: الفانتازيا ستكون محط ازدراء، وخياطو الرجال لن يستفيدوا أبدًا من أن يكونوا مصممين عظامًا، ولن تظهر أي صحافة متخصصة في الموضة الذكورية. لقد غيرت المجتمعات الحديثة من مملكة الموضة، بشكل جذري: بالفصل بين الموضة النسائية والموضة الذكورية، التى يرمز لها باستخدام الزي الأسود وبعد ذلك برابطة العنق الكاملة. سوف تطرح، مع ذلك، الأسئلة الذكورية حول الأناقة، والتصحيحات، مرات عدة. ولكن من حيث الأصل، لن تتعلق الموضة ونفوذها إلا بعالم النساء، حيث أصبحت فنًا للنساء. وإذا كان العصر الحديث قد ألغى التقسيم القائم بين الفن النبيل والموضة، فهو، بالتناقض مع ذلك، قد ميز بشكل لم يسبق له مثيل الفصل في المظهر بين النساء والذكور. وأوجد عدم مساواة حادة في مظهر الجنسين وعلاقتها بالغواية .

كل شيء قيل عن " الإذعان العظيم" للذكور، وعن صلاتهم بظهور العالم الديمقراطي والبرجوازي. فالزي الذكوري محايد، غامق، رصين يترجم تكريس إيدولوجية المساواة، كما يترجم الجمالية الغالبة للرجولية، والاستحقاق، وعمل الطبقات البرجوازية. كما حل زي يعبر عن الحتميات الاجتماعية الجديدة محل الملبس الثمين للطبقة الأرستقراطية، علامة الاحتفال والتفاخر: المساواة، التوفير، الجهد. تخلي الرجال المرموقين عن الحيل التزيينية لصالح النساء، المتفرغات لأنفسهن، لمتابعة مسيرة رموز الرفاهية، والغواية، والطيش. لكن ألا ينبغي ألا نرى في هذا البزوغ الجديد للمظاهر شكلاً لما أسماه فيبلن "استهلاك برجوازي"، وسيلة لاستكمال المظهر، من خلال نساء مرفهات؟ كان ذلك ليحط من قيمة التمثيلات الثقافية والجمالية، التي، ترتبط، منذ قرون وألفيات، بوضع النساء. مهما يكن الدور الذي تلعبه، هنا، النفقات الرمزية للطبقة الاجتماعية، إن الاحتكار النسائي للحيل التزيينية ينفصل بشكل أساسي عن التمثيل الجماعي "للجنس الجميل"، وعن الأنوثة المكرسة لتلقي الإعجاب، وللإغواء بمفاتنها الجسدية ولعبة التمايز والانفصال الجديد

للموضة. لقد أطالت الغواية التي أسستها المرأة من التعريف الاجتماعي لـ" الجنس الثاني"، وأذواقه القديمة جدًا للخدع التزيينية بهدف الغواية والمظهر الجميل. بتكريسها للموضة النسائية، تأسست موضة المائة عام في امتداد الاحتياج الأول للجمال النسائي، وفي امتداد التمثيلات، والقيم، والتفضيلات على مدار القرون المتعددة للمؤنث.

سلطة الغواية

إن الرسالة الإبداعية لمصمم الأزياء الذي يفسر ظاهرة الأزياء الراقية ذاتها لا ينفصل عن منطق جديد في سيرورة الموضة: هيكلية مؤسسية اكتملت تشير إلى دخول الموضة إلى عصر الإنتاج الحديث. حتى أيام وورث، لم يتوقف الخياط والمصمم، وتاجر الموضة، عن العمل من خلال علاقة مباشرة مع الزبونة الأنيقة مثمنًا ذوقها وتفضيلاتها، موجهًا عمل المهن المتعلقة بالموضة. كانت روز بيرتان تستطيع أن تحسب ساعات "العمل" الخاصة بها مع الملكة. لم يكن أهل الموضة قد سايروا بعد مقاليد الحرية الإبداعية، بل كانوا تابعين، على الأقل من حيث المبدأ، لإرادة الخاصة. وفي منتصف القرن الثامن عشر، كان هناك بالتأكيد، تثمين جديد لمهن الموضة، ولكن دون أن يصاحبه على الإطلاق تحول في تنظيم العمل ومفهومه: مجد وإعلاء اجتماعي بالتأكيد، غير مستقل عن الإبداع. مقارنةً بتلك الوضعية الفنية، فإن وضعية وورث محورية: فقد هدم المنطق الموروث عبر قرون من التبعية أو التعاون المشترك بين الخياط وزبونته لصالح منطق يكرس لاستقلالية مصمم الأزياء. ومع تخيل استمرارية نماذج موديلات أصلية لدرجة أن الزبونة لم تعد لتختارها، فيجعل زوجته ترتديها أولًا في الحقول أو في ممرات الغابات. ثم يعرضها بعد ذلك على عارضات أزياء بشرية. منح وورث الميلاد للموضة بالمعنى الحالي للفظ، وشغّل المبدأ المزدوج الذي يكونها: استقلالية من حيث الحق ومن حيث الفعل لمصمم الأزياء-المحدد للنماذج. هذا التأرجح يشير للتجديد التاريخي الجديد بلا منازع للأزياء الراقية: من عصر كانت فيه الزبونة تشترك مع الخياط في موديل معين ثابت تمامًا، إلى عصر الملابس فيه مدركة، مبتكرة من أولها لآخرها بواسطة المختصين انطلاقًا من " إلهامهم" وذوقهم. من البديهي أن المرأة أصبحت مستهلكة بحتة،

فتحول الخياط، الفنان، في الأوساط الراقية، إلى فنان مهيمن. ومن هنا ينبغي أن ندرك ما حققه وورث من سلطة انطلق من خلالها متوجهًا إلى النساء على أوسع نطاق: يجب أن نعترف من خلال هذا الموقف بقطيعة مع السابق، أكثر من مجرد سمات للشخصية، والتأكيد على الحق الذي احتذاه المصمم حديثًا بحرية في أمور الأناقة.

ثورة في مؤسسة الموضة، لم تظهر سريعًا بهذه الراديكالية التى تصدم الترسيمة المنطقية. وحتى بداية القرن العشرين، كانت النماذج حصرية، ومتكيفة مع الأذواق وتوضع وفقًا لذوق كل زبونة. سيجتهد بواريه لتقليل الهيمنة التى احتذاها المصمم حديثًا مصرًا على الدور المحوري دائمًا لبعض الزبائن: "الباريسية، على الأخص، لن تقبل بموديل دون أن تجري عليه بعض التغييرات الأساسية ودون خصخصته. والأمريكية تختار التصميم الذي يعرض عليها، وتشتريه كما هو، وما يكون أخضر ستريده الباريسية باللون الأزرق، وتنتقده إذا كان "أزرق"، وتضيف له ياقة من الفراء، وتغير الأكمام وتلغي الزر الأسفل(1)." ولكن تلك الاعتبارات، مع كونها صحيحة من الناحية النفسية، إلا أنها لا ينبغي أن تحجب أمرًا أساسيًا: بزوغ "سلطة" جديدة لمصمم الأزياء وحصرية الاستخدام، إن المصمم هو من يمتلك اليد العليا على مفهوم الملبس، وعلى أفضل الأحوال، للأنيقة الحق في تقديم بعض التعديلات المتعلقة بالتفاصيل. المجمل يعود إلى المصمم، والكماليات إلى الزبونة والبائعة تقدم النصيحة. ونظرًا لأن المصانع الخاصة والأزياء الراقية كانت تنتج أنماطًا مخصصة للتصدير بشكل متنامٍ، فإن سلطة السيطرة للمصمم الحديث تزايدت بشكل مستمر.

الأزياء الراقية، هي إذن، وقبل أى شيء آخر، المكون لسلطة مختصة تمارس نفوذًا منفصلًا، وهذا، باسم الأناقة، من الخيال الإبداعي إلى التغيير. في هذا الصدد، فإنه يتوجب وضع الأزياء الراقية وسط حركة تاريخية أكثر اتساعًا، إنها عقلنة السلطة في المجتمعات الحديثة التى شهدت، في الواقع، منذ القرن السابع عشر والثامن عشر، ظهور أشكال جديدة من السيطرة والهيمنة التى من الممكن تسميتها بيروقراطية، وحيث يهدف جوهرها إلى اختراق المجتمع وإعادة ترتيبه، إلى تنظيم وإعادة تكوين أشكال التعايش الاجتماعي

---

(1) Ibid., pp. 108-109.

والسلوكيات، من وجهة نظر "عقلانية"، حتى في التفاصيل الأكثر دقة. أخذت الهيمنة البيروقراطية على عاتقها تأسيس النظام الاجتماعي من أوله لآخره وذلك، بواسطة نفوذ منفصل عن السلطة المرتكزة على الانفصال المنتظم لوظائف الإدارة والتنفيذ، بين المفهوم والتصنيع. إنها وضعية توجد تحديدًا، في الأزياء الراقية: ومع احتكار السلطة في أيدي متخصصين في الأناقة، المنطق البيروقراطي ذاته ينظم الموضة في اللحظة الراهنة، والمصنع والمدرسة، والمستشفى، إنه هيمنة المصممين باسم الذوق والتجديد وليس باسم المعرفة العقلانية الإيجابية. إنه منطق بيروقراطي حكم، على المدى الطويل، التنظيم الكامل لبيوت الأزياء الكبيرة التي يحكمها مذاك أسلوب هرمي ذو قمة تمثلها الاستوديو وتتمثل رسالته في تأسيس تصميمات و"محتويات" الورش بمهامها النوعية (صانعي الأكمام، والصدريات، والجونلات، " عاملي صيانة الآلات"، وفي وقت لاحق، منفذي الحواشي وخياطي " الأثواب الفخمة"،) وباقي التفاصيل المسكنة في تراتبية ("أول الورشة"، "ثانى الورشة"، أول وثانى مساعد ثم مساعد صغير). إن كون الأزياء الراقية تختص بزبونات الطبقة الراقية، وكونها صناعة رفاهية لا يغير شيئًا في الحقيقة التاريخية الكبرى إنها نقلت الموضة من النظام الذي يقوم به فنيون إلى النظام الحديث البيروقراطي.

علاوة على ذلك، من المستحيل ألا نرى العلاقة المباشرة بين الأزياء الراقية والتوجه ذاته للنظام البيروقراطي الحديث ورغبته في طمس الآخرية الجنسية للأشكال التقليدية للمجتمع لصالح عقلنة تشغيلية ومتحررة، وترتكز على علم وإلهام. يهدف ذلك، في الحقيقة، إما لتخليص الموضة من نظام، لايزال تقليديًا في جوهره، أو اضافة صيحات جديدة كانت غير مألوفة، بل أكثر من ذلك، كانت مبادرة التغيير ميزة أرستقراطية تتجذر في بنية مجتمع حديث. ومع الأزياء الراقية، أصبح الابتكار، حتى المرفوض منه، أمرًا لزوميًا ومنتظما، ولم تعد الموهبة تتعلق بالميلاد، بل أصبحت وظيفة لمختص ومستقل نسبيًا، معياره الموهبة والجدارة؛ والموضة، مثلها مثل جميع الأبعاد الأخرى للعالم الإنساني، انفتحت على التجريب المتسارع، في العصر الحديث والإرادي من الانفصالات و"الثورات ."

تنظيم بيروقراطي من نوع خاص، وسيكون محددًا في القريب، إذ لم يعد على رأس كل بيت أزياء كبير سلطة مجهّلة، مستقلة عن الشخص الذي يمارسها، كما كانت الحالة في المؤسسات الحديثة والديمقراطية، ولكن الفنان المثالى لا يعوض، فهو فريد بأسلوبه، وذوقه، و"عبقريته". وكما هو الحال في المؤسسات البيروقراطية المتشددة، مع الأزياء الراقية من المستحيل الفصل بين الوظيفة ومن يقوم بها، والسلطة ليست قابلة للتبادل والمصمم يتجسد من خلال موهبته الفريدة، وخطوطه التى أحيانًا ما سيفتش عنها، عند أكبرهم، "لتخليدهم"، ومن أجل الاستمرارية حتى بعد اختفائهم (موديلات شانيل على سبيل المثال). زاوجت الأزياء الراقية، بطريقة أصلية، سيرورة بيروقراطية مع سيرورة من الشخصنة تتجلى هنا من خلال " القدرة الكاملة" الجمالية، غير القابلة للتبديل والتى يتسم بها مصمم الأزياء. في هذا الصدد، شكلت الأزياء الراقية جزءًا من تلك المؤسسات الجديدة التى لا تنفصل عن تكريس للأشخاص فيها، بطريقة تناقضية، يتعرف المجتمع الحديث من خلال الطرح المجهّل للسلطة السياسية والإدارية[1]. فعلى سبيل المثال نجد كبار ممثلي المسرح وكبار مصممي الأزياء، نجمات الرياضة وصالات الموسيقى، نجمات السينما، وكبار رجال الأعمال. إلى جانب نجوم الساحة السياسية التي تميل لاستعراض علامات القوى الخارقة، ورموز آخريتها المجتمعية، وارتباطها بالحقل "الثقافي"، فهناك نماذج تكاد تكون إلهية، ووحوشًا مقدسة تتمتع بتكريس ليس له نظير، مما يسبب اختلافات هرمية معينة في قلب ذات العالم الحديث المنادي بالمساواة .

إذا كانت الأزياء الراقية هي مظهر مؤكد من مظاهر العصر البيروقراطي الحديث، فقد يكون من غير الدقيق ربطها بهذا الشكل الذي يعود تاريخيًا لمراحل التحكم البيروقراطي المرتبط بالوضعية التنظيمية. وبدلًا عن إنتاج هياكل مفيدة، ها هو تمجيد الرفاهية والنزق الطائش؛ وبدلًا عن الزي الموحد ها هي ذى التعددية في الموديلات؛ وبدلًا عن البرمجة المسبقة، والخضوع للقواعد، ها نحن نشهد مبادرات شخصية لا تتوقف؛ وبدلًا عن اتجاه غير منتظم، وغير شخصي ومستمر، ها هي غواية تحولات المظهر؛ وبدلًا عن سلطة ضئيلة

([1]) Claude LEFORT, L'Invention démocratique. Paris, Fayard, 1981.

تمارس على التفاصيل الأكثر دقة، تأتي سلطة تترك الكماليات للخواص وتكرس نفسها للخطوط الأساسية. بديهي أن الأزياء الراقية كي تكون بيروقراطية، لا تشغّل تكنولوجيا القيد القواعدي، ولكن سيرورات غير مسبوقة للغواية مدشنة منطقًا جديدًا للسلطة .

غواية تتجلى بقوة في تقنيات التجارة بالموديلات، وذلك بتقديم الموديلات على عارضات أزياء بشرية، وبتنظيم عروض أزياء، وضعت الأزياء الراقية منذ القرن التاسع عشر، إلى جانب المحلات الكبرى، في "ممرات" باريسية، وعروض عالمية، وتكتيك من وجهة نظر التجارة الحديثة القائمة على مسرحة المعاملات التجارية. والإعلانات المبهرة، استثارة للرغبة. ساهمت الأزياء الراقية، باستخدامها لعارضات الأحلام الثابتات في الفاترينات في هذه الثورة التجارية الكبرى، والمستمرة، وعلى مقاومة التأثيم الناتج عن الشراء والاستهلاك باستراتيجيات إعلانية، وبالعرض المفرط للمنتجات. غالبًا، ما تذهب الغواية فيما وراء عمليات البريق السحري تلك، المدعمة بالجمال غير الحقيقي لعارضات الأزياء أو جاذبية فتيات الغلاف. وبشكل أكثر جوهرية، تلعب الغواية بعكس التغيير، وتعدد الأنماط الأصلية وإمكانية الاختيار الفردي. في الحقيقة، يوجد عالم كامل يفصل موضة ما قبل الأزياء الراقية، بموديلاتها الموحدة، عن الموضة المتعددة الحديثة، بتشكيلاتها المتعددة بوفرة، مهما يكن التجانس العام. إن الفرض المتشدد أفسح المجال، بلا شك، لغواية الاختيار والتغيير، مع رغبة ذاتية في غواية أسطورة الفردانية، والأصالة، والتحول الشخصي، وحلم الاتفاق الزائل للأنا الداخلية والمظهر الخارجي. لم تضع الأزياء الراقية القواعد للموضة بقدر ما فردنتها: "ينبغي أن تكون هناك موديلات أكثر عددًا من النساء أنفسهن[1]". لم يكن أصل الأزياء الراقية هو خلق معيار متجانس بقدر ما كان تعديد النماذج بغرض الإشارة إلى الفردانيات الشخصية، تكريس قيمة الأصالة في المظهر. " ماذا عليك أن تفعل إزاء الموضة؟ لا تهتم بها وترتدي ببساطة ما يناسبك، وما يبرز شخصيتك[2]". تأكدت الأزياء

---

(1) **P. POIRET, op. cit., p. 109.**

(2) **Ibid., p. 218.**

الراقية، والتي في الأصل هي مؤسسة ذات توجه فرداني، ضد القواعد المسبقة، وضد توحيد المظهر، وحبذت ومجدت التعبير عن الاختلافات الشخصية.

علاوة على ذلك، فقد أطلقت الأزياء الراقية سيرورة أصلية في نظام الموضة: فقد أضفت عليها البعد النفسي مبدعة نماذج تجسد الشعور، وملامح الشخصية وسماتها. مذاك، باتت المرأة تبدو، وفقًا لملابسها، إما كئيبة، أو معقدة، متشددة، وقحة، فانتازية، رومانسية، بشوشة، شابة، غريبة الأطوار، رياضية؛ إنها كذلك تلك الأسس والتركيبات النفسية التي ستشير بعلامات التفضيل إلى جرائد الموضة[1]. إن فردنة الموضة الحديثة لا تنفصل عن شخصنة الأناقة وإضفاء البعد النفسي عليها؛ بالتأكيد، ما كان يبدو قديمًا علامات دالة على الطبقة الاجتماعية والتراتبية توجه، أكثر فأكثر، ليصبح علامة نفسية، حتى وإن لم يكن بشكل حصري، وتعبير عن نفس، وعن شخصية: "الدخول عند كبار مصممي الأزياء والشعور بأنك عند فنان وليس محل ملابس، وأنه يعرض عليك أن يصمم لك ثوبًا يعد بورتريه لنفسك ويشبهها[2]." ومع إضفاء البعد النفسي على المظهر تفتحت المتعة النرجسية بالتحول في أعين الآخرين والنفس، وأن "تغير الجلد"، وتصبح وتشعر كشخص آخر مع تغيير ملامح تزينك. منحت الأزياء الراقية وسائل تكميلية للرغبات الاستعارية عند النساء، ووسعت مجال غواية المظهر. رياضي بالشورت أو البنطلون، "سنوب" بثوب "الكوكتيل"، ملتزم في "التايير"، أو متوحش في ثوب المساء، نجحت الغواية الحديثة للأزياء الراقية في خلق التعايش بين الرفاهية والفردانية، بين "الكلاس" والأصالة، الهوية الشخصية وتغير الذات الزائل: "إن ما تبحث عنه المرأة في كل فصل، ربما هو أكثر من مجرد ثوب، وإنما تجديد لمعلمها النفسي. للموضة دور تلعبه عند المرأة: إنها تساعدها على أن تكون هي "[3]

---

(1) Roland BARTHES, Système de la mode, Paris, Ed. du Seuil, 1967, p. 257.

(2) P. POIRET, op. cit., p. 217.

(3) Marc BOHAN in Claude CEZAN, La Mode, phénomène humain, Toulouse, Privat, 1967, p. 137.

تتضح القطيعة مع النظام القواعدي من خلال منطق عدم التحديد الذي حكم الموضة مذّاك. تدرك الأنماط الثابتة، بلا شك، وتَعِد بشكل متشدد من ناحية من خلال الأزياء الراقية؛ ومع ذلك، لم يكن مصممو الموضة هم الفنيون الوحيدون للموضة فقط. سوف تنمو الموضة على تمثيل المجموعات، لخدمة اختيار الزبائن والجرائد لهذه الموديلات أو تلك. ولا تظهر موضة السنة إلا عندما تعلق زبونة ما أو الصحافة المتخصصة على موديل معين. تلك النقطة أساسية: فالمصممون لا يعرفون مسبقًا أيًا من موديلاتهم سيلاقي النجاح، حتى أن بيوت الأزياء الراقية تصنع الموضة دون أن تعرف ما سيكون مصيرها بالضبط، دون أن يعرفوا ماذا ستكون الموضة. فالموضة تظل متاحة أمام اختيار الجمهور، غير محددة، حتى وإن كانت أنماطها الأولى متوافقة تمامًا مع كبار المصممين. يمكن أن نقول: إن " المصمم يعرض، والمرأة تختار"، نرى ما يفصل تلك الوضعية، التى تدمج فى تفعيليتها للحاجة إلى السلطة القاعدية التى يرتكز أساسها على عدم ترك أي تفصيلة للمبادرات الفردية، على فرض قواعد قياسية عقلانية من أعلى، وعلى التحكم في سلسلة السلوكيات من أولها لآخرها هي وتخطيطها. عدم التحديد ذلك ليس عرضيًا، بل هو مكون لنظام ثابت حين نعرف أن الموديل العاشر فقط من بين المجموعة المعروضة، في العشرينيات الأولى من القرن، هو ما سيحظى بتفضيل الزبونات: "المحصلة الكلية لموسم ما هي تقريبًا ٣٠ موديلاً من أصل ٣٠٠ موديل معروض.(1)" أذواق الجماهير، واختيار المجلات، ونجمات السينما، هم ما حازوا دورًا أولويًا، من جهة سلطة اتجاهات الأزياء الراقية. وهكذا فرضت الموضة نفسها اعتبارًا من سنوات ١٩٢٠ كثيرًا عن طريق النساء أكثر منه عن طريق الأزياء الراقية: "في عام ١٩٢١، أعلنت الأزياء الراقية الحرب على الشعر القصير. دون فائدة. وفي عام ١٩٢٢، ناضلت ضد الجونلة القصيرة، فطالت الجونلات فجأة، في الحقيقة، ولكن حينئذ طالت جدًا. قدمت تشكيلات الشتاء أقمشة ذات ألوان مبهرة لمحاربة الأسود الذي تفضله النساء. بلا فائدة من جديد-وها هو الأسود يسيطر على تشكيلة الربيع.(2)" قوام المرأة في ثوب ذى خطوط بسيطة ودقيقة، انتشر في مواجهة الاتجاهات السائدة للأزياء الراقية التى استمرت في أن تعرض على

(1) Ph. SIMON, op. cit., p. 90.

(2) A. LATOUR, op. cit., p. 238.

النساء، كي يرضخن إليها في النهاية، التشكيلات الثرية والمزدحمة، التي تظهر الجسد مستديرًا ومتهدلاً.

ظهرت، في قلب العصر السلطوي الحديث، وضعية تنظيمية جديدة متعارضة مع وضعية القواعد، برمجت الموضة وظلت رغم ذلك غير قادرة على فرضها. دشنت الأزياء الراقية نمطًا من السلطة الناعمة، دون رقابة متشددة في تشغيليتها الأذواق النزقة والمتنوعة للجمهور. وضعية ثرية مستقبلًا إذ ستصبح الشكل المفروض للتحكم الاجتماعي في المجتمعات الديمقراطية حتى أن تلك المجتمعات ستنخرط في عصر الاستهلاك والاتصال الجماهيري. ترتكز المنتجات في مجتمع الاستهلاك، في الحقيقة، على المبدأ ذاته الذي ترتكز عليه الموديلات التي تضمها تشكيلات المصممين، والتي لم تقدم قط في صورة نمط فريد، وتزايدت فكرة الشعور بالمتعة عند الاختيار بين هذه المجموعة أو تلك، أو بين الإكسسوارات وتركيب العناصر المختلفة بعضها على البعض الآخر بحرية: وعلى غرار الأزياء الراقية، تطلب الاستهلاك الجماهيري تعدد الموديلات، وتعددية السلاسل، وإنتاج الاختلافات الخيارية، ومحاكاة المطلب المشخصن-الشخصي. وبأسلوب أكثر عمومية، في المجتمع المفتوح، الأجهزة البيروقراطية التي تنظم الإنتاج في الوقت الحاضر، والتوزيع، ووسائل الإعلام، والتعليم، وقضاء أوقات الفراغ، تؤهل مكانة متزايدة، ومنتظمة، للرغبات الفردية، والمشاركة، وإضفاء المعايير النفسية، على الاختيار. نحن في الجيل الثاني للعصر البيروقراطي: حدثت زعزعة هائلة في أنماط ونهايات السلطة التي حازتها قطاعات واسعة في الحياة الاجتماعية، حيث تعتبر الأزياء الراقية هي حلقتها الأولى، وطابعها السامي والنخبوي. فقد أدى ظهور الأزياء الراقية، إلى تجريب منطق جديد للسلطة تخلى عن فرض الهيمنة والتنبؤ، ولا يمارس من خلال القيود الإجبارية، غير الذاتية، والكلية، بل يترك هامش المبادرة للأفراد والمجتمع، وذلك قبل ظهور التحليل النفسي ولكن بطريقة موازية. المقاربة مع التحليل النفسي هنا يجب ألا تصدمنا، إذ تعرض لنفس حالة السير في الاتجاه المعاكس. فمن ناحية، يعتمد التحليل النفسي على المشاركة الحرة للمريض، وصمت المحلل النفسي، وعلى التواصل، وكأن السلطة الطبية كانت تسجل جانب التفرد الذاتي اللا محدود،

واستحالة فرض السيطرة والتحكم الكامل في الأفراد"(1). ومن الجانب الآخر، نوعت الموضة الحديثة الموديلات، مفضلة الاختلافات وفتحت مجالًا بلا حدود للاختيار، والتفضيلات، والأذواق التلقائية. إذن، فلم تكن سلطة فرضية، وإنما سلطة مفتوحة وناعمة، سلطة الغواية، حتى وإن أصبحت بعد ذلك، مهيمنة على المجتمعات التى تجلت فيها الرغبة المفرطة في حرية الاختيار.

إن ما نسميه "اتجاه" الموضة، أو بكلمات أخرى المحاكاة القائمة بين موديلات التشكيلات المختلفة التى تظهر في العام نفسه، من حيث طول الثوب، اتساع دوران الصدر، أو اتساع فتحة الأكتاف، والذي يجعلنا نعتقد، خطأ، أن الموضة تسير وفقًا لتواطئ متعمد بين مصممي الأزياء، هذا "الاتجاه" يؤكد المنطق " الحر" للأزياء الراقية. فمن جانب، لا ينفصل "الاتجاه" عن الأزياء الراقية من حيث كونه ظاهرة بيروقراطية مغلقة ومتمركزة في باريس: فالمصممون لا يستطيعون، وهم حريصون كل الحرص على تأكيد تفردهم، أن يبتكروا تشكيلاتهم الجديدة دون أن يضعوا في اعتبارهم ما صممه منافسوهم، إذ إن عقيدة الموضة تتمثل في الإدهاش وابتكار الصيحات بلا توقف. فإذا ظهرت فكرة غير مسبوقة لأحد المصممين، حتى وإن لم تحظ بعد بشهرة كبيرة، سرعان ما ستنتشر، وتصير جذابة، وتتحول، وتتطور بأشكال أخرى بإسهامات الآخرين، في التشكيلات اللاحقة. هذا هو ما غيرته الموضة، أولًا من خلال المحاولات الصغيرة وبالونات الاختبار، ثم بالتراكم والتكاثر" التخليقي"، والخاص، وعلى الرغم من كل ما سبق؛ فإننا نلاحظ أن الكثير من السيرورات كانت موسمية بسبب منطق التجديد السائد والمرتبط بالمهنة ذاتها، والذي يفسر لماذا تكون القفزات المباغتة في الموضة (النيو لووك على سبيل المثال) أكثر ندرة من التغيرات البطيئة، وذلك على عكس الفكرة السائدة. ولكن، على الجانب الآخر، هرب "الاتجاه" من المنطق البيروقراطي، وربما يرجع ذلك إلى كونه ناتجًا عن اختيارات الزبائن، واختيارات الصحافة أيضًا، وذلك اعتبارًا من الحرب العالمية الثانية، التى تتحمس بين الحين والحين لأحد الأنماط

(1) Marcel GAUCHET et Gladys SWAIN, La Pratique de l'esprit humain, Paris, Gallimard, 1980, pp. 163-166.

أو الموديلات؛ ويكشف "الاتجاه" عن توجه الجمهور أكثر مما يكشف عن توجه المصممين، الذين هم مقيدون، تحت وطأة الخوف من الفشل التجاري، ومن تتبع الحراك، ومن التوافق مع أذواق العصر. ولا تعد وحدة التشكيلات دلالة على اتفاق سري بين المصممين (بل على العكس، هم يخفون، بدافع من الغيرة، نماذج موديلاتهم الأصلية)، كما لا تعني السلطة الكاملة للمصممين، بل إنها أثر اللقاء بين بيروقراطية جمالية مع منطق الطلب.[1]

الأصول الأولى لصناعة الأزياء الكبرى

عند قراءة الدراسات المتعلقة بالموضة الحديثة، تتبين خلو بدايات الأزياء الراقية من صعوبات تذكر، أو التباس ما، وطالما تشكلت حدوده وفقًا لعلاقاته مع النظام الرأسمالي، والمصالح، والطبقات الاجتماعية. والأزياء الراقية هي، بلا شك، مؤسسة صناعية وتجارية من أجل الرفاهية، حيث أنتجت الابتكارات اللانهائية زوالاً ملائمًا للاستهلاك المتسارع؛ فالفكرة، التي تمت استعارتها من صناعة الملابس الجاهزة، والمتعلقة بتجميع العمليات التي كانت منفصلة فيما مضى من شراء مباشر من المصنع، ومن بيع الأنسجة، وتصنيع الملابس بالكامل، لا تنفصل عن التشجيع الرأسمالي لتحقيق " فائدة ثلاثية"[2] كما قالها من قبل نجل وورث؛ أي فكرة تقديم موديلات تعرضها عارضات أحياء، هل هي نظام إعلاني ماهر يقوده نفس الحراك المربح. لكن ومع كون الدافع الاقتصادي مهمًا، فإنه يُهمِل الفعل الأصلي الذي تمثله الأزياء الراقية باعتبارها تكوينًا ذا رأسين، اقتصادي وجمالي، بيروقراطي وفني. لقد حبذ منطق المصلحة ابتكار الصيحات الجديدة، وإن تماشى مع مبدأ المنافسة بين بيوت الأزياء، دون أن يقدم تفسيرًا بمفرده للتدافع الذي تشهده أعداد الابتكارات في التشكيلات، ولا البحث الأسلوبي الذي يكون في المقدمة في بعض الأحيان والذي يميز الموضة الحديثة.

---

(1) Ph. SIMON, op. cit., p. 25-31.

(2) Gaston WORTH, La Couture etla confection des vêtements de femme, Paris, 1895, P. 20.

فانطلقت، مع الأزياء الراقية، سيرورة مستمرة من الابتكارات الجمالية، التي لا يمكن أن يتم اختذالها، آليًا، في مجرد العقلنة الاقتصادية .

ولذلك دائمًا ما يعاد النظر في النظرية الكلاسيكية للفصل الاجتماعي والتنافس بين الطبقات. إذ نلاحظ أن ظهور الأزياء الراقية مرتبط في جوهره، بمبدأ البحث عن الاعتبارية التفاخرية للطبقات السائدة. فتبدو كمؤسسة طبقية، معبرة عن انتصار البرجوازية وعن إرادتها في كسب الاعتراف الاجتماعي عن طريق ما يمثل لسان حال الأبهة النسائية، حيث لم تكن الملابس الذكورية تتميز بالبذخ بعد، وحيث تطورت ديمقراطية المظهر بفضل الانطلاقة الصناعية للملابس الجاهزة. فرضت الأزياء الراقية نفسها، إجمالًا، كنوع من الحتمية الاجتماعية، آخذة في الاعتبار صراعات التنافس واستراتيجيات التميز بين الطبقات العليا، وكرد فعل " للمساواة" الحديثة في المظهر، وإنتاج "صراعات داخلية في حيز الطبقة المسيطرة". في ظل هذه الظروف، لم تكن الأزياء الراقية سوى "آلة لإنتاج شعارات طبقية" تتعلق "بصراعات رمزية "ومكرسة لإمداد الطبقة المسيطرة "بمزايا التمييز" التي تتناسب والوضع الاقتصادي"[1]. فأضيفت الجدلية الاجتماعية للتمييز إلى الآلية الاقتصادية.

وإذا كانت مسألة البحث عن التمييز الاجتماعي فيما يتعلق بالموضة، أمرًا بديهيًا، فإنه من غير الممكن إلقاء الضوء على مرحلة بزوغ الأزياء الراقية، في ظل أصالتها التاريخية غير المسبوقة، دون معرفة منطقها المؤسسي البيروقراطي. لنقل إن الأزياء الراقية ولدت كرد فعل لانطلاقة الملابس الجاهزة، وهو، ما كان بهدف التعارض التمييزي"[2]، الذي لم يستطع الصمود أمام اختبارات الأحداث التاريخية. بقيت الملابس الجاهزة، في ظل الإمبراطورية الثانية، محدودة الانتشار، حتى وإن طالت عددًا من الزبائن البرجوازيين، فلم تكن التقنيات تسمح بعد بإنتاج جاهز محدد ومضبوط ليشكل جزءًا من الأزياء النسائية؛ فالدفعة الأولى من

([1]) Pierre BOURDIEU, La Distinction, Paris, Ed. de Minuit, 1979 ; P. BOURDIEU et Yvette DELSAULT, « Le Couturier et sa griffe », Actes de la recherche en science sociales, 1, janvier 1975.

Philippe PERROT, Les Dessus et les dessous de la bourgeoisie, Paris, Fayard, 1981.

([2]) Ph. PERROT, op. cit., p. 325.

الأثواب المصنعة وفقًا للمعايير القياسية لم تظهر إلا اعتبارًا من عام ١٨٧٠؛ وبقيت النساء تترددن على مصممي أزيائهن لتنفيذ أثوابهن. فكانت الملابس الجاهزة المتواصلة بعيدة عن غزو الأسواق حتى تأسيس بيت أزياء وورث **Worth**. في الحقيقة، لم تمثل الملابس الجاهزة "تهديدًا" للطبقات العليا، فنوعية الأقمشة، وبذخ التزيينات، وسمعة المصممين منحت الفرصة للتأكيد على أنواع مختلفة من النفوذ الاجتماعي. هل ينبغي الرجوع إلى التنافس بين الأجزاء المكونة للطبقة المسيطرة؟ والتنافس بين أصحاب الاسم والمدعين"، الأكثر ثراءً والأقل ثراءً، القدماء والجدد؟ ولكن ما الذي يمكن أن يفسر، في ظواهر كتلك، قديمة بالطبع، القطيعة المؤسسية للأزياء الراقية؟ وفي حال لاقت ديناميكية الصراعات الرمزية مواجهة، لم تكن الأزياء الراقية لتفرض نفسها، ولاستطاع نظام الإنتاج القديم أن يستمر، ببراعة، في تقديم ما يعبر عن " الطبقة الراقية"، أي أننا نشهد على حالة تحول مؤسسي حقيقية: انفصال بين أصحاب المهنة والمستهلكين، إبداع منتظم لموديلات غير مسبوقة، ولم تعد المؤسسة البيروقراطية الفنية الجديدة تعتبر صدى للتمييز الاجتماعي.

في الواقع، إن الأزياء الراقية لم تكن لتحظى بهذه المصداقية دون الزعزعة الثورية للنظام الاجتماعي والقضائي داخل النظام القديم في نهاية القرن الثامن عشر. وهكذا نستطيع أن نؤرخ بتحلل الهيئة الصناعية عام (١٧٩١) الإمكانية التاريخية لإنتاج حر للملابس الجاهزة. حتى ذلك الوقت، كانت القواعد والعادات تمنع الخياطين والمصممين، في ظل النظام القديم، من بيع الأقمشة، أي من تنفيذ ملابس مصنعة مقدمًا. فلم تنجح فكرة إنتاج ملابس جاهزة إلا مع التحلل الديمقراطي لنظام الإنتاج الجماعي، وهو الحال نفسه بالنسبة لشراء الأقمشة بالجملة ثم بيعها، والذي نشأ أولًا من خلال التصنيع المتوجه إلى الطبقات الشعبية والمتوسطة، ثم انتقل إلى مستوى من الرفاهية على يد مدام روجي[1] أولًا، ثم على يد وورث والأزياء الراقية فيما بعد. وعلى الرغم من أن تحلل الهيئة الصناعية أمر محوري، إلا أنه لا يعد ظرفًا تاريخيًا كافيًا لنشوء التنظيم البيروقراطي والفني: ولم تكن العوامل الاقتصادية، والاجتماعية، والقانونية لتستطيع أن تنتج مؤسسة تستقل عن الأزياء الراقية دون حتميات

---

(1) G. WORTH, op. cit., chap. II.

تاريخية جديدة. وبمعنى أكثر تحديدًا، لم تكن الأفكار والتمثيلات الاجتماعية للعالم الحديث ذات صفة بنيوية ثانوية، وإنما كانت من أهم عوامل إضفاء البيروقراطية على الموضة.

إن التنافس بين الطبقات، ومنطق المصالح، وتحلل الهيئة الصناعية، لم ينجح في منح كيان واضح للأزياء الراقية لولا تدعيم من حتمية القيم الاجتماعية للابتكارات، والذي لحقه بزوغ المجتمعات الديمقراطية-الفردانية[1]. اعتبارًا من نهاية العصور الوسطى، حظي كل ما هو جديد بحق قاطع في المواطنة، ولكن، اعتبارًا من القرن الثامن عشر، تضاعف تقييمه الاجتماعي، ويشهد على ذلك، بشكل مباشر، الاحتفاء الفني بالموضة، وبشكل غير مباشر، تكاثر اليوتوبيات الاجتماعية، وتقديس الأضواء، والخيال الثوري، واحتياجات المساواة والحرية. فأصبحت نشوة الجديد متوائمة والعصور الديمقراطية، وساهم تصاعد التطلع نحو التغيير بقوة في ميلاد الأزياء الراقية باعتبارها تكوينًا بيروقراطيًا قائمًا على الانفصال بين أصحاب المهنة وخاضعًا للإبداع المستمر. فكان لابد من ظهور تلك العقيدة الحديثة للابتكارات، إلى جانب الإهمال المتزايد للعادات القديمة لصالح الحداثة، كي تتخلى النساء عن سلطتهن التقليدية على زينتهن، وكي يتأسس المبدأ القائل بأن اللواتي يتعاملن مع المصممين، يكن ذوات "اختيار وأصوات" فيما يتعلق بالموديلات المطلوبة.استطاع أصحاب المهنة بتقلهم وابتكاراتهم الصدفويّة وعن طريق الجديد، أن يجعلوا من "ابتكار الصيحات سببًا لوجود هذه الصناعة"(بواريه Poiret) . وفرضت حتمية وشرعية استقلالية أصحاب المهنة نفسها حين أصبح الجديد مطلبًا أعلى، فكانت استقلالية خاضعة للابتكار المبدع ومتخلصة من كل نزعات المحافظة الحتمية وجمود المطالب الاجتماعية.

إنها الاستقلالية البيروقراطية للموضة، دون القيمة القصوى المعترف بها للحرية الفردية. إن الأزياء الراقية، مثلها مثل الفن الحديث، لا تنفصل عن الأيدلوجية الفردانية التي فرضت، للمرة الأولى في التاريخ، أسبقية الوحدة الفردية على الكل الجمعي. الفرد المستقل في مواجهة اللزومية الأزليّة للتماهي مع التقاليد والأعراف والعادات الشائعة في المحيط الاجتماعي. ومع بزوغ نموذج الفرد المكتفي ذاتيًا، لم يعد لأي معيار محدد مسبقًا من أساس

---

[1] Cf الجزء الثاني، نهاية الفصل الأول

مطلق في الإرادة الإنسانية، وباتت كل القواعد مدركة، وأصبح من الضروري ابتكار خطوط الأزياء والأساليب بهيمنة كاملة، تماشيًا مع الحق في الحرية. وانفتحت مذّاك إمكانية الابتعاد أكثر فأكثر عن حدود المظهر، وابتكار شفرات جماليّة جديدة، فكان ظهور المصممين المستقلين هو أحد أهم مظاهر هذا الانتصار الفرداني للابتكار الحر. وإذا فسّرنا تعدد الموديلات والقطيعة الأسلوبيّة وانطلاقة المصممين انطلاقًا من القيود الاجتماعية للتمييز والتشجيع الاقتصادي لكان ذلك أمرًا مجحفًا: فالسباق المتقدم للموضة الحديثة لم يكن ممكنًا لولا الفكرة الحديثة المتعلقة بالجديد ومقتضياته: أي بالحرية الإبداعية. فقد أبرزت "الثورة" التي أحدثها بواريه في القرن العشرين، العبقرية "الإيديولوجية" للأزياء الراقية، حين كتب: " باسم الحرية أعلن سقوط الصديرية وتبني حمالات الصدر"(1)، لم يكن المقصود تحرير المرأة – " نعم لقد حررت الصدر ولكنني قيّدت الساقين"(2) بقدر ما كان مقصودًا تحرير المصممين أنفسهم الذين كانوا يرون أن الصديرية تعيق ابتكار خطوط الموضة الحديثة، وواق صلب أمام الإبداع المطلق.

كما ينبغي الإشارة إلى ما أسهم به التقديس الحديث للفردانية في الأزياء الراقية. فهي تعتمد في الأساس على توحيد الصيحات وتعدد الموديلات، فقد نوّعت الزي وجعلته مرتبطًا بنفسيّة الإنسان، كما أنها متأثرة باليوتوبيا القائلة بأن كل امرأة تتميز بالذوق الرفيع لابد وأن ترتدي ملابس بطريقة فريدة، تتواءم مع "النمط" الخاص بها، ومع شخصيتها الخاصة: "... ترتكز صناعة الأزياء الكبرى على تنمية الفردانية عند كل امرأة"(3)". أما تعدد الموديلات فهو ظاهرة تحتاج شيئًا آخر بخلاف الاهتمام بالمظهر العام، إنها تتطلب الاحتفاء الإيديولوجي بمبدأ الفردانية، والشرعنة التامة لتقديم الذات بالصبغة الشخصية، والأولوية لأصالة توحيد الزي. إن مسألة ابتكارات الأزياء الراقية كانت في خدمة الطبقات المعتمدة على الانسجام في الزي لا يؤثر في حقيقة أنها لم تكن لتتأسس إلا من خلال التستر بالإيدلوجية

(1) P. POIRET, En habillant l'époque, op. cit. , p. 53.

(2) Ibid., p. 53.

(3) Ibid., p. 108.

الفردانية الحديثة، التي، مع اعترافها بالعالم الاجتماعي كقيمة مطلقة، ذات انعكاس على الأذواق المتلهفة للأصالة، واللاتطابقية، والفانتازيا والشخصية المتفرّدة والراحة وإظهار الجسد. من خلال إطار هذا التمثيل الفرداني أمكن محو المنطق الباطني للموضة والذي يحدد الأصالة بكماليات المظهر. ولا تعد الأزياء الراقية نتاجًا لتطور طبيعي، كما أنها ليست مجرد امتداد إنتاجي لنظام التفاهة؛ فمنذ القرن الرابع عشر وحتى منتصف القرن الثامن عشر كانت الفانتازيا مقيّدة بصرامة في الواقع، وتابعة لهيكل عام للتزيّن المتعلق بالهوية عند كل امرأة؛ وبعد ذلك، حين اتخذت الزينة انطلاقتها، بقي تصميم الملابس في صورته الموحّدة. في المقابل أحدثت صناعة الأزياء الراقية تغييرًا كاملًا في الاتجاه؛ إذ أصبحت أصالة المجموع لزومية، وفرضت نفسها باعتبارها هدفًا حتميًا في الأساس، وحدها الأسباب التجارية هي التي قيّدت انطلاقة الخيال المبدع. هذا الاتجاه المغاير لم يكن ليتم دون ثورة في التمثيلات الإجتماعيّة الشرعية، والتي تراءت كقيمة عليا عند الفرد. وعلى الرغم من كون الأزياء الراقية صناعة للرفاهية ومكرسة لترسيخ التراتبية الاجتماعية، فإنها تعد تنظيمًا فردانيًا ديمقراطيًا هيّأ إنتاج الموضة لمُثُل الفرد المهيمن، أينبغي، كما هو الحال بالنسبة للنساء، أن يظللن "قُصّرًا" في المجال السياسي. إنه تكوين قائم على المواءمة بين جيلين، تلك هي الأزياء الراقية؛ فمن جانب تعيد إنتاج المنطق الأرستقراطي الأزلي للموضة ورفاهيتها، لكن، من جانب آخر، تسيّر إنتاجًا حديثًا ومتنوعًا ومطابقًا لأيدولوجيات الفردانية الديمقراطية.

ساهمت قيم عصر الفردانية، بشكل قاطع، في تقديم الموضة الحديثة، فقد لعبت مع الموضة الدور ذاته الذي لعبته مع الدولة. ففي الحالتين، تماشيًا مع مبدأ المساواة، كان هناك رفض لعلامات العظمة المتعلقة بالآخرية التراتبية، إنسانية وسياسية؛ وفي الحالتين، نشهد نموًا للسلطة وازديادًا لبيروقراطيتها، وهيمنة تتضخم أكثر فأكثر، وتتشعب أكثر فأكثر، وسلطانًا للمجتمع، وتذرعًا بقيم الانعتاق سواء من مبدأ الجديد أو مبدأ الهيمنة الجماعية. بل الأكثر أنه على غرار الدولة الديمقراطية التي تجد شرعيتها في التجانس مع المجتمع الذي تمثله، فإن مصممي الأزياء الحديثة لم يكفوا عن التذكير بوظيفتهم الديمقراطية كأداة للرغبة الاجتماعية: "والحقيقة أنني أجيب بتوقع نواياكن السرّية...فأنا لست إلا وسيطًا حساسًا

لردود أفعال أذواقكن يسجل بدقة اتجاهات نزواتكن.(1)" خلافًا للفنانين والطليعة الذين طالبوا بقوة باستقلاليتهم المهيمنة، فقد تسترت الأزياء الراقية، تماشيًا مع جوهرها البيروقراطي، على قدرتها الجديدة على الموضة في اللحظة التي تنتشر فيها أكثر من أى وقت مضى سلطة المبادرة والإدارة والإلزام الأسلوبي.

(1) Ibid., pp. 211-212.

(٣)
الموضة المفتوحة

لم تعد الموضة تجد نموذجها في النظام الذي وضعته منذ مائة عام، وهذا ما نشهد عليه الآن. فقد زعزعت تحولات مؤسسية واجتماعية وثقافية، ابتداءً من سنوات الخمسينيات والستينيات، الهيكل الداخلي للموضة، لدرجة تسمح لنا برؤية فضاء جديد لتاريخ الموضة الحديثة. ولكن علينا الإشارة إلى أن بزوغ نظام جديد لا يعني بالضرورة القطيعة الكاملة مع الماضي. فالمرحلة الثانية للموضة الحديثة تعني، في عمقها الحقيقي، امتدادًا وتعميمًا لما أسسته الموضة منذ مائة عام من أساليب حديثة، وهو الإنتاج البيروقراطي الذي يقوده مبدعون مهنيون، ومنطق صناعي مسلسل، وتشكيلات موسمية، وعروض تؤديها عارضات أزياء لغاية دعائية. مع استمرارية مؤسسية لا تستثني، مع ذلك، إعادة لانتشار النظام المعروف. وفرضت معاقل ومعايير جديدة للإبداع نفسه. وتغيرت الدلالات الاجتماعية والفردانية للموضة في الوقت الذي تغيرت فيه سلوكيات الجنسين: فشهدنا على نماذج متعددة لإعادة الهيكلة، التي لكي تكون محورية، أعادت تدوين الموروث الأزلي عن المرأة وتناولت المنطق المتعلق بها في ثلاث رءوس أساسية للموضة الحديثة: جانبها البيروقراطي-التجميلي، من جانب، ووجهها الصناعي، من جانب آخر، وأخيرًا، وجهها الديمقراطي والفرداني.

الثورة الديمقراطية للملابس الجاهزة

تعد الأزياء الراقية الباريسية هي المركز السطحي للعصر الذهبي للموضة الحديثة، فهي دولاب الصيحات الجديدة -والقطب العالمي للجاذبية والمحاكاة في صناعة الملابس الجاهزة والصناعات الصغيرة. تلك اللحظة الأرستقراطية والمركزية قد انتهت. لا تزال

بيوت الأزياء الراقية، بلا شك، تقدم عروضها الفخمة نصف السنوية أمام الصحافة العالمية، ولا تزال تتمتع بشهرة تؤكدها أرقام المبيعات الكليّة المستمرة في الازدياد، على الرغم من الأزمة الاقتصادية الحالية(١).

ومع ذلك، فوراء هذه الاستمرارية السطحية، فقدت الأزياء الراقية السمة الطليعية التي تميزت بها حتى ذلك التوقيت، فلم تعد محط الأنظار ومعقل الموضة النابض، على الرغم مما شهدته عقيدتها ونشاطها من تحديث. في سنوات الستينيات من القرن العشرين غيّرت بعض بيوت الأزياء من سياستها بأن اهتمت أكثر بمنتجاتها الأساسية عن المنتجات الثانوية. في عام ١٩٧٥ لم تمثل المنتجات الثانوية أكثر من ١٨ % من أرقام المبيعات المباشرة (باستثناء العطور) لبيوت الأزياء، بينما وصلت إلى ١٢ % في عام ١٩٨٥. كما تشير أعداد الموظفين في هذه المؤسسات إلى التطور الحتمي؛ ففي سنوات العشرينيات من القرن العشرين عيّن باتو ألفًا وثلاثمائة موظف في مصانعه، بينما عيّن شانيل قبل الحرب ألفين وخمسمائة موظف، وديور ألفًا ومائتي موظف في منتصف سنوات الخمسينيات من القرن العشرين. أما اليوم، فأعداد العمال في المصانع الثانوية لواحد وعشرين بيت أزياء لا يتخطى ألفي عامل، ولا ترتدي منتجاتهم سوى ثلاثة آلاف امرأة في العالم أجمع.

في الواقع لم يعد لبيوت الأزياء الراقية من تمثيل إلا من خلال ملابسها الجاهزة وعطورها. ومنذ بداية القرن وبيوت الأزياء الراقية مرتبطة بالعطور وأدوات التجميل: منذ عام ١٩١١، أطلق بول بواريه، أولًا، عطر روزين **Rosine**، وتبعه شانيل، بعطره الشهير شانيل رقم ٥ **N°5** في عام ١٩٢١. بينما ابتكرت مدام لانفان عطر آربيج **Arpège.** في عام ١٩٢٣. وباتو ابتكر عطر جوى **Joy** (العطر الأغلى في العالم). أتت الفكرة بثمارها: ففي عام ١٩٧٨، حقق عطر نينا ريتشي أرقام مبيعات ١.٢ مليار بما يمثل أكثر من ٩٠ % من أرقام المبيعات الكلية. بينما مثّل عطر شانيل ٩٤ %. في عام ١٩٨١، ارتفعت أرقام المبيعات الكلية

---

(١) في عام ١٩٨٢، ارتفعت أرقام المبيعات المباشرة في فرنسا والتصدير باستثناء العطور إلى ١.٤ مليار فرنك، وارتفعت أرقام المبيعات غير المباشرة أي التي تخص الحاصلين على رخصة بيع الماركات والفروع في العالم كله إلى ٩.٣ مليار. في عام ١٩٨٥، قفز من ٢.٤ مليار إلى ١٧.٣ مليار تقريبًا.

لبيوت الأزياء الراقية (باستثناء العطور) لتصل إلى ٦ مليارات فرانك، وإلى ١١ مليارًا بالعطور. وتمثل عطور لانفان **Lanvin** حاليًا ٥٠ % من أرقام المبيعات الكليّة. ويضيف عطر شانيل، العطر الفرنسي الأكثر مبيعًا في العالم، أكثر من ٥٠ مليون دولار سنويًا. وانطلقت جميع بيوت الأزياء في السباق المحموم لتوقيع اتفاقيات الرُخَص ليست المتعلقة بالعطور وأدوات التجميل فقط بل امتدت إلى المنتجات الأكثر تنوعًا. من نظارات وأحزمة وأقلام وملابس داخلية نسائية وملابس جاهزة نسائية وذكورية. اليوم يحقق سان لوران ٦٨% من مبيعاته من حقوق الامتياز، ويحقق لانفان ٦٠% وديور ٣٠%. ويرتكز كاردان على أكثر من ٦٠٠ رخصة في فرنسا والخارج. ولانفان على ١٢٠، ونينا ريتشي على ١٨٠. تظل العديد من بيوت الأزياء الراقية -حتى وإن تبنت سياسة الرخص-أقل اتساعًا بالنسبة إلى شانيل، إذ لا تمثّل الرُخَص أكثر من ٣% من أرقام المبيعات-، ولذا فإن مجموع قطاع الأزياء الراقية لا يمكن أن يستمر إلا بالأرباح التي يحققها من مبيعات منتجاته الفخمة: دون أن-نأخذ العطور ومستحضرات التجميل في الاعتبار. وقد حققت أرقام المبيعات الكلية بفضل حقوق الامتياز - ما يعادل سبعة أضعاف الربح الناتج عن البيع المباشر.

لم يعان قطاع المنتجات الثانوية من عزوف من قبل الزبائن فقط، بل إن الأزياء الراقية لم تعد ترتديها النساء المتابعات لآخر الصيحات. فأصبحت عقيدتها زعزعة العادات العظيمة للرفاهية، والاعتماد على الماركة في الملابس الجاهزة، وذلك بهدف دعائي، وعلى المنتجات المتنوعة الأخرى. فلم تعد كلاسيكية ولا طليعية، لم تعد الأزياء الراقية تنتج آخر الموضات، بل باتت تعيد إنتاج الموضة الخاصة بعلاماتها التجارية "الخالدة" وتحقق إنتاجًا متميزًا بالاستثناءات والمجانية التجميلية وأدوات الزينة الفريدة والمتباهية التي تترجم الحقيقة الزائلة للموضة، والتي كانت فيما مضى، نقطة الانطلاق للموضة. أما الآن فإن الأزياء الراقية قد أضافت لها جمالية صافية متخلصة من اللزوميات التجارية السابقة. إنها مفارقة الأزياء الراقية التي ربطت بين الموضة والمطلق، الطيش والكمال، وما لم يعد يُبتكر من أجل شخص، وما يمثل الجنون الجمالي اللا مبال أكثر مما يرتبط باهتمامات التسويق. في هذه المرحلة الجديدة للأزياء الراقية التي انتقلت إلى مساحات للعرض الدعائي المعبر عن النفوذ الخالص، يوجد ما هو أكثر من المصير الخاص لمؤسسة ديناميكية نجحت في التحول فيما يتعلق بالملابس

الجاهزة والرخص. هناك تغير، ذو أهمية أولية، لنظرة التاريخ الأزلي للموضة الغربية. لقد انفصلت الرفاهية الراقية عن الموضة، ولم تعد الرفاهية هي التجسيد المباشر للموضة ولم تعد الموضة تُعَرف من خلال المظاهر الزائلة والمصاريف التفاخرية.

لكن الثورة الحقيقية التي هدمت بناء موضة المائة عام والتي زعزعت منطق الإنتاج الصناعي: تتعلق بطفرة وتطور ما نطلق عليه الملابس الجاهزة. في عام ١٩٤٩، أطلق ويل J.C. Weill في فرنسا مصطلح "جاهز للارتداء" المأخوذ من المصطلح الإنجليزي ذاته ready to wear وذلك لكي يخلصوا صناعة الملابس من صورتها السيئة المتعلقة بالعلامة التجارية. وعلى الخلاف من الصناعات الجاهزة التقليدية، فقد انخرطت الملابس الجاهزة في الطريق الجديد للإنتاج الصناعي للملابس المتاحة للجميع. ولكنها "موضة" في الوقت ذاته، إذ تستلهم موديلاتها من الصيحات الأخيرة. بينما كانت الملابس الجاهزة التقليدية غالبًا ما تقدم قصات معيبة، ونوعية رديئة، بلا خيال، فإن الملابس الجاهزة في صورتها الحديثة قد آخت بين الصناعة والموضة. وأرادت أن تصل الصيحات الجديدة والأسلوب والتجميل إلى الشارع. ومنذ بداية خمسينيات القرن العشرين باتت المحلات الكبرى مثل جاليري لافاييت، وبرينتومب تقدم من خلال خدمة الشراء مستشارين ومنسقات للموضة ليقيّموا المصنّعين ويقدموا للزبائن منتجات حديثة أكثر[1]. ثم أدركت الشركات المصنعة للملابس الجاهزة حاجتها إلى خدمات المصممين، لإنتاج ملابس تجمع بين الموضة والإبداع الجمالي وهو ما حققته الولايات المتحدة بالفعل. أقيم أول معرض للملابس الجاهزة في عام ١٩٥٧، وظهرت، منذ بداية عام ١٩٥٠ إلى عام ١٩٦٠، الشركات الأولى المستقلة للاستشارات الفنية والطراز: في عام ١٩٥٨، أسس ديكو مؤسسته تحت اسم : "علاقات ومنسوجات"، وفي عام ١٩٦١، أنشأ مامبى آرنودان "مكتب الطراز" السابق على مكتب بروموستى الذي أنشئ في عام ١٩٦٦[2]. منذ عام ١٩٣٠، سلكت صناعة الملابس الجماهيرية الطريق نفسه

([1]) Françoise VINCENT-RICARD, Raison et passion. La mode 1940-1990, Textile/Art/Langage, 1983, p.83.

([2]) Ibid., pp. 85-87.

الذي سارت فيه الموضة المفتوحة، وهو التصميم والتصنيع. أي إنتاج المنسوجات والأقمشة للملابس التي تجمع بين الحداثة، والخيال، والإبداع الفني مع مجاراة تصميمات الأزياء الموسمية. ويتغير الوضع التصنيعي للملابس الجماهيرية مع تغيير الطراز وتظهر الطلائع الأولى لهذه الملابس الجاهزة في الإعلانات.

حتى أواخر ١٩٥٠، كانت الملابس الجاهزة تخلو من المظهر الإبداعي الجمالي، لكنها تقلد بعض تصميمات "الخياطة الراقية" أو "آخر صيحات الموضة". نشأ مصطلح الملابس الجاهزة خلال سنوات الستينيات من خلال تراكم بعض التجارب والخبرات المتواضعة التي كانت تحقق انتشارًا لا بأس به في بعض الأحيان دون أن تكون بنفس الإنتاج الضخم الذي سنعرفه في النصف الثاني من هذا القرن. وظهر جيل جديد من المصممين[1] لا ينتمى إلى مصممى الأزياء الراقية. في عام ١٩٥٩، ابتكر دانييل هيشتر موضة "البابيت" والعباءة الرومانية للسهرات، وفي عام ١٩٦٠، عاد كاشاري لتصميم البلوزة القميص للنساء. وفي لندن، ابتكر تماركانت الميني جيب عام ١٩٦٣. أما كريستيانابايلى فقد نجح في تصميم المعاطف الواسعة في شكل الكاب. أما ميشيل روزييه فقد خلق ثورة في ملابس الشتاء الرياضية. كما ينتمي إلى هذا الجيل الطليعى من المصممين أيضًا كل من إيمانويلكاهن، إيليجاكوبسون، ودوروشييبس.

بث الجيل الأول لمصممي الملابس الرياضية، الروح الشابة في الملابس الحرة، في سنوات السبعينيات والثمانينيات من القرن العشرين ثم بث جيل ثان وثالث من المصممين الروح في الابتكارات الأكثر تميزًا في الموضة المهنيّة، فأضفي كنزو **Kenzo** الديناميكية على الموضة في بداية سنوات السبعينيات من القرن العشرين بقصاته البسيطة المستوحاة من زي الكيمونو الياباني. وذوقه في الألوان والزهور وربطه بين الشرق والغرب. وقدم موجلر **Mugler** نموذجًا أنثويًا من السينما والخيال العلمي. وابتكر مونتانا **Montana** ملابس مبهرة تعطي كثافة لحجم الجسم والأكتاف. شانتال توماس انحاز لشكل الجسم، أنيق وشقي ووقح (مشاكس). أما جولتييه **J.P.Gaultier** فقد لعب على الطفل الشقى داخل الموضة

---

[1] Bruno DU ROSELLE. La Mode, Paris. Imprimerie nationale, 1980, pp. 264-266.

مثيرًا السخرية، فكان يخلط الأنواع والأزمان. والمصممون اليابانيون مثل إيسي مياكي **Issey Miyaké** وري كاواكوبو **Rei Kawakubo** تراوحت معهم البنية الأزيائية التقليدية. والبعض منهم التحق بهيئة المصممين الكبار اعتبارًا من عام ١٩٧٥. وبهذا باتوا يعرفون بلقب مبدعي الموضة.

بقي القول بأنه، خلال هذه السنوات الصاخبة، لم تبق الأزياء الراقية خاملة وكانت سنوات الستينيات هي العشرية الأخيرة التي استمرت فيها الأزياء الراقية في تأكيد عقيدتها "الثورية" من الناحية الأسلوبية. مع ما قدمه كورّيج **Courrège** في تشكيلات عام ١٩٦٥ من موديلات قصيرة ومستقيمة. وهي المجموعة التي أثارت جدلًا واسعًا حتى إن الصور التي ظهرت في الصحافة في العالم أجمع كانت ذات تأثير دعائي قدر ب ٤ إلى ٥ مليارات في تلك اللحظة. ابتكر كوريج موضة حررت المرأة من الكعب العالي والملابس الضيقة وإبراز الأرداف، موضة للملابس المستقيمة التي تسمح بحرية الحركة. كان الميني جيب قد ظهر بالفعل في عام ١٩٦٣ في إنجلترا، ولكن كوريج هو من منحه أسلوبه الخاص. مع الحذاء ذى الرقبة العالية وبكعب مسطح، ولونه الأبيض الصافي وديناميكيته، فدوّن أسلوب كوريج في سجل الموضة الصعود الحتمي للقيم الشبابية، والمعايير الأزيائية لفترة المراهقة. وحلت موضة الفتاة الشابة خلفًا لموضة المرأة الشابة في سنوات العشرينيات؛ فباتت هي النمط المكرّس للموضة. ابتكر بالينسياج **Balenciage** اعتبارًا من سنوات الستينيات أزياء السهرة التي تتكون من بنطلون أبيض، وفي عام ١٩٦٦ أدخل سان لوران البنطلون في تشكيلاته، فألبس عارضاته بنطلون المساء والسهرة والبزات الرسمية النسائية. ثم أطلق في عام ١٩٦٨ الملابس السفاري التي ألهمت بقوة تصميمات سنوات السبعينيات. كما أعلن من خلال أحد الحوارات التي أجريت معه: " يسقط ريتز، ويحيا الشارع" وعندما تأتي هذه العبارة من قامة تماثل قامة سان لوران فإنها تغازل متطلبات الأناقة، كما أنها تعبر عن التوجه الجديد للأزياء الراقية وإبداعات الموضة. لقد توقفت الأزياء الراقية عن إضفاء تاء التأنيث على أزيائها، فتمركزت الملابس الجاهزة والشارع معًا في قالب "مستقل" داخل الموضة. حين قدمت الأزياء الراقية البنطلون في تصميماتها كانت النساء ترتديه من قبل بالفعل. وفي عام ١٩٦٥، صمموا بنطلونات للمرأة أكثر مما صمموا من جونلات.. وقد اختارت الفتيات هذا

الزي لفترة طويلة وارتدته. "ينبغي النزول للشارع!" وأصبحت الأزياء الراقية بمعناها الحرفي مؤسسة للنفوذ، قبل أى شيء آخر، تتبنى مبتكرات الآخرين أكثر من إنتاجها لمركز الموضة. وعندما قدم سان-لوران، في عام ١٩٦٦، البنطلون ال جينس ضمن مجموعته، كان الشباب يرتدونه منذ فترة طويلة. "يجب على رواد الموضة النزول إلى الشوارع" للإحساس بنبضها الحقيقى.

إن الأزياء الراقية، التي كانت عدائية إزاء الملابس الجاهزة، أدركت فيما بعد أهمية تبني تلك الطرق الجديدة بصفتها في مركز النفوذ. في عام ١٩٥٩، قدّم بيير كاردان **Pierre Cardin** أول تشكيلة للملابس الجاهزة لمحل لو برانتان، وافتتح أول قسم للملابس الجاهزة مفجرًا نفوذ هذا النوع من المنتجات. أما سان لوران فقد ابتكر في عام ١٩٦٦ التشكيلة الأولى للملابس الجاهزة التي كانت بدافع من اللزومية الصناعيّة وليست تكيفًا مع الأزياء الراقية.كما افتتح في الوقت ذاته، أول محل باسمه في الضفة الشرقية من باريس بين عامي ١٩٨٣-١٩٨٤، ثم كانت تشكيلة سان لوران المتعددة أقل سعرًا من سان لوران الضفة الشرقية بحوالي ٤٠%. وفي عام ١٩٨٥، مثلت الملابس الجاهزة الحريمي ٣٣% من أرقام المبيعات المباشرة في الأزياء الراقية (دون حساب العطور).

إنه انتشار جديد للأزياء الراقية، التي لم تتجه فقط للإنتاج المتسلسل، بل اتجهت بداية من عام ١٩٦١، وبمبادرة من كاردان، لإنتاج الملابس الجاهزة للرجال. إن المؤسسة التي ترمز، منذ قرن تقريبًا، لمملكة النساء، تبتكر وتقدم الآن تشكيلات موسمية للرجال. ومع كونه نوعًا من الترف، فإن إنتاج الملابس الرجالي سيشهد توسعًا مستمرًا: حيث بلغت الملابس الجاهزة الرجالي في عام ١٩٧٥ نسبة ٨% من إجمالي أرقام المبيعات المباشرة للأزياء الراقية، و١٩.٥% في عام ١٩٨٥.

هنا ينتهي عصر التفصيل والموضة الثنائية بسبب ما حققته الأزياء الراقية من تفوّق من جانب وبفضل تعميم الملابس الجاهزة ونشر المراكز الابتكارية من جانب آخر، وهكذا نستطيع أن نقول بنهاية تحول نظام الموضة، من الناحية الترسيمية. فمع الاكتمال التكنولوجي لصناعة الأزياء، وتطور الأسلوبية وتقدم صناعة الملابس الجاهزة، فإن التعارض الذي

أسس لموضة المائة عام، لم يعد له من وجود فعلي. إن عصر التفصيل قد ولّى[1]، بل إنه لم يعد يتمتع بالذوق كما كان في الماضي، بل إن الملابس الجاهزة، على العكس، هي التي تجسد في أيامنا هذه روح الموضة النابضة. ومهما كانت الاختلافات من حيث القيمة والنوعية التي تفصل عناصر الملابس الجاهزة، فإن العصر الحديث يشير إلى مرحلة جديدة إضافية في التنظيم الديمقراطي للموضة، حيث حل إنتاج صناعي ذو أصل موحد محل النظام المغاير للتفصيل والإنتاج الشامل، على الرغم من الفروق المتعلقة بالأسعار والابتكارات الموجودة بينهم. إن موضة المائة عام بتنظيمها الذي يجمع بين التفصيل والتصنيع الآلي، كانت عبارة عن تكوين هجين نصف أرستقراطي، ونصف ديمقراطي يحجب، في تفعيلته، البعد التفاخري النخبوي، ويعولم نظام الإنتاج الشامل. ثم أزاحت صناعة الملابس الجاهزة، جزئيًا، بالديناميكية الديمقراطية الافتتاحية التي ميزت المرحلة السابقة.

بالتزامن مع ما سبق ذكره، فإن التعارض القائم بين الإبداع الأصلي للرفاهية وإعادة الإنتاج الصناعي للجماهير لم يعد يتطلب تفعيل النظام الجديد. نشهد على تشكيلات جديدة، بلاشك، في كل موسم عند كبار المبدعين للملابس الجاهزة، لكن الموضة الصناعية الجماهيرية لم تعد قادرة على الاستمرار كنسخة سوقيّة ورديئة من النماذج الأصلية الأكثر كلفة. إن انتشار الملابس الجاهزة قد حقق استقلالية نسبية للابتكارات البحثية: جرأة وشطحات لولبية من جانب المبدعين، ومحاكاة وتبعية أقل من جانب الصناعات الكبرى، وهو ما يمثل الوجه الجديد للموضة. لدرجة أن صناعات الملابس الجاهزة قد استدعت مصممين جددًا وحتى إن الفانتازيا والرياضة والمرح باتت من القيم الجديدة المسيطرة، وكفت الموضة عن الإقصاء اللزومي للاتجاهات السابقة في كل عام. كيف يسعنا الحديث عن المحاكاة في الوقت الذي تهيأ فيه التشكيلات الصناعية للملابس الجاهزة لما يقرب من سنتين سابقتين، بينما تمثلت عقيدة مكاتب التصميمات في ابتكار وتعريف موضوعاتهم واتجاهاتهم في الموضة؟ لكن ذلك لا يعني أن ابتكارات الطليعيين لم تعد تؤخذ في الاعتبار، وإنما يعني أن سلطتهم في فرض

---

(١) كانت الملابس التفصيل تمثل ١٠ % من مصروفات الملابس لكل شخص في عام ١٩٥٣ و١ % في عام ١٩٨٤.

أذواقهم كمرجع حصري للموديلات قد انتهت. في الوقت الراهن، تعد الموضة الرفيعة مصدرًا للإلهام الحر دون أولوية، إلى جانب العديد من المصادر الأخرى (أساليب الحياة، الرياضة، الأفلام، روح العصر... إلخ) وجميعها تحظى بالأهمية ذاتها. وتتعدد معاقل الإلهام وتخفت التبعية لموديلات أحدث الصيحات، وتعبر الملابس التصنيعية إلى عصر الإبداع الجمالي وإلى إضفاء السمة الشخصيّة. وأصبح الإنتاج ذو الانتشار الكبير انعكاسًا لإبداع جديد أصلي، ومظهرًا نوعيًا للزوميات الصناعة والأسلوبية التي تتبلور من خلال أذواق متنوعة جميعها تستهدف زبونًا بعينه: الكلاسيكية والأصالة، الجدية والمرح، العقلانية والابتكارية.

يهدف نظام الملابس الجاهزة إلى الحد من التجهيل الذي يتميز به التصنيع الآلي القديم، لصالح الإنتاج بالقِطعَة الذي يمثّل "إضافة" ابتكاريّة، وقيمة جمالية، ولمسة شخصية. وتابعت المسيرة اللولبية لتعميم الموضة مسيرتها. وخلفًا لمرحلة شهدت على موضة صناعية جماهيرية ذات نوعية دون المستوى وتصاميم بلا لمسات ابتكارية، ها هي ذى المرحلة التي تُوَفرّفيها الملابس الجاهزة، بأسعار مناسبة. منتجات ذات جودة جمالية وإبداعات نوعيّة. إن تعميم النظام لا يتمثل فقط في إزاحة موضة الأزياء الراقية ولكن في الإعلاء من نوعيّة موضة الملبس عند الجماهير. إنه تقدم نوعي للموضة التصنيعية التي استقرت بصعوبة، إذ إنه من المعروف أن الملابس الجاهزة عند الخياطين والمصممين تمثل ٤٠ % من السوق القومي، وأن العديد من المبدعين ذائعي الصيت يعملون أو كانوا يعملون كمصممين مستقلين **free lance** في حقول الملابس الجاهزة ذات الانتشار الكبير. كما أن الكتالوج الخاص بالسويسريين الثلاثة، ب. مورينى، آلايا، ج.پ. جوتييه، ومياكى، عرض تصميماتهم للمستهلك بسعر مخفض. وتقهقر منطق الإنتاج الشامل أمام إضفاء السمات الشخصية التي فضّلت الديناميكية الإبداعية وأكثرت من الموديلات والتنويعات(١). تأرجحت موضة الجماهير في

---

(١) إن الانصراف عن المنتجات الممايزة المتضمنة في صناعة متجزأة. سمح بالتكيف مع التغيرات السريعة للموضة: في عام ١٩٨٤، كان في فرنسا ما يزيد على ١٠٠٠ مؤسسة يعمل بها أكثر من عشرة موظفين بمرتبات ثابتة وما يقرب من ٨٤ % من المؤسسات كانت توظف أقل من ٥٠ شخصًا.

عصر الاختيار الديمقراطي بين القطع الصغيرة ذات الأسعار المناسبة، والجاذبية المتوسطة للملابس الجميلة والرخيصة والعلاقة بين الجمالية والسعر.

لم تنجح صناعة الملابس الجاهزة في تأسيس الموضة بنظام ديمقراطي بشكل راديكالي إلا كجزء من الصعود الديمقراطي للتطلعات الجماعية للموضة. بالتأكيد، ثورة الملابس الجاهزة لا تنفصل عن التقدم الهائل الذي حققته تقنيات التصنيع، الذي سمح بإنتاج الأجزاء المكونة بأعداد كبيرة وبنوعية عالية جدًا، وأسعار منخفضة. ولكنها لا تنفصل كذلك عن حالة جديدة من المتطلبات. وبعد الحرب العالمية الثانية انتشرت الرغبة في الموضة بشكل كبير. وباتت ظاهرة عامة تخص كل الطبقات الاجتماعية. ويوجد في أصل الملابس الجاهزة هذا التعميم الأقصى لأذواق الموضة التي تحملها أمثلة الفردانية وتعدد الجرائد النسائية والسينما، إلى جانب النهم للحياة في اللحظة الراهنة التي ترجع للثقافة الجديدة المحبة للسعادة المؤقتة. إن ارتفاع مستوى المعيشة، وثقافة السعادة والتسلية والمتع الفورية هي التي أسست للمرحلة الحتمية لشرعنة رغبات الموضة وجعلها ديمقراطية. لم تعد العلامات الزائلة والجمالية للموضة تبدو في الطبقات الشعبية كظاهرة غير متحققة وتخص الآخرين وحدهم، بل أصبحت احتياجًا جماهيريًا، وديكورًا بديهيًا للحياة في مجتمع يكرس التغيير والمتعة والتجديدات. إن عصر الملابس الجاهزة يتماشى مع بزوغ مجتمع يستدير ناحية الحاضر أكثر فأكثر، ويحكمه الاستهلاك وكل ما هو جديد.

من جانب آخر كان مذهب السعادة وظهور الثقافة الشبابية عنصرًا أساسيًا في مستقبل تصميمات الملابس الجاهزة. ثقافة مرحة تتعلق بموضة الملبس الشبابي الخفيف وبالسلطة الشرائية عند الشباب، إلا أنها تتجلى في عمقها كمظهر للديناميكية **baby boom** الديمقراطية الفردانية. تلك الثقافة الجديدة كانت المصدر لظاهرة "الأسلوب" في سنوات الستينيات التي اهتمت بالروح التلقائية الإبداعية والأصالة والتأثير الفوري، أكثر من الكمال. انخرطت الملابس الجاهزة في سيرورة إعادة الشباب الديمقراطي لأنماط الموضة، تماشيًا مع التكريس الديمقراطي للشباب.

وبالتوازي مع سيرورة تجميل الموضة الصناعية، نجحت الملابس الجاهزة في مقرطة رمز كان ذا تميز انتقائي في الماضي، ولا يستهلك كثيرًا وهو "الماركة المسجلة". قبل سنوات الخمسينيات كان لبعض بيوت الأزياء الراقية ميزة أن تعرف بكل شيء: سمعة الخياطين القومية، والماركات المسجلة للأزياء وشهرتها الواسعة وهو ما يتعارض بقوة مع اللا شخصانية التي تميز التصنيع الآلي. ومع ظهور الملابس الجاهزة ودعايتها الأولى انطلق تحول مهم جمالي ورمزي. تخرج الصناعة الشمولية من التجهيل، وتتشخصن باكتسابها صورة العلامة التجارية، أي الاسم الذي أصبحنا نراه على اللافتات المضيئة في كل مكان، وفي مجلات الموضة وواجهات المحلات في وسط المدينة وعلى الملابس ذاتها. إنه عصر الإعلاء والتضخم الديمقراطي للماركات. قلب اتجاه عظيم: فمنذ القرنين الثامن عشر والتاسع عشر كانت الأسماء الكبرى تتماهي مع الأكثر نفوذًا، أما الآن، فبعض الماركات المتخصصة في القطع ذات الانتشار الواسع يتذكرهم المستهلكون أكثر من المشغولات الراقية. نذكر على سبيل المثال: ليفيز وميك ماك ولي كوبر وبينيتون وناف ناف. إنها قوة الدعاية والأسلوبية الصناعية التي نجحت في الترغيب في ملابس معينة والتعريف بها بإنتاج ضخم وأسعار مقبولة.

ولكن مع مبدعي الملابس الجاهزة انطلقت الثورة الكبرى في استخدام الماركة المسجلة. ومع سنوات الستينيات، تزامنًا مع ظاهرة "الأسلوب" فرضت أسماء جديدة نفسها على الساحة مقدمة بصمات معترف بها على ساحة الموضة من جانب الأزياء الراقية. إن الموضة الأكثر ظهورًا لم تعد تلك المفضلة من جانب الأزياء الراقية، بل تتابع المصممون أصحاب الموضات الجديدة وتكاثروا مقدمين الموضة الديناميكية للموضة. كما تصدرت أنماطهم الصفحات الأولى للجرائد المتخصصة. كما كانت تشكيلاتهم هي محور تقارير ومديح في الوقت ذاته مع تصميمات الأزياء الراقية. فتمخض النظام الجديد للملابس الجاهزة عن ميلاد جنس جديد من المجددين وطبقة جديدة من البصمات المحتفي بها. في دوارها الأكثر اتساعًا. بالتأكيد، لا يمكن مقارنة شهرتها بما تمتعت به "الأسماء الكبرى"

للأزياء الراقية. في العصر البطولي. فلا يمكن لأى من أسماء الماركات الموجودة حاليًا، بما فيها ماركات الأزياء الراقية أن تشهد ما شهدته تلك الأسماء من التكريس العالمي الهائل الذي صاحب موضة المائة عام. وما من أى اسم قادر على منافسة اسم شانيل أو ديور. فهناك من جانب تعدد البصمات ومن جانب آخرانخفاض توجهي للنفوذ الذي يمكن للجميع الاستفادة منه. لكننا نشهد على تنوع أسس نظام الشرعنة. لم يعد الاحتفاء مرتبطًا بفن الشياكة عند الطبقات الراقية، بل أكثر من ذلك بات التجديد الصادم والاستعراضى، والانفصال عن المعايير، والتأثير الانفعالي هو الذي يسمح للمبدعين والمصممين بالتميز على منافسيهم وبفرض أسمائهم على ساحة الأناقة بواسطة الصحافة. إنه عصر الشرعنة الانتقائية، الذي نعبر فيه نحو شهرة المبدعين التي ترتكز إبداعاتهم على معايير مغايرة راديكالية. وخلفًا لنظام المركزية الواحد والأرستقراطية للأزياء الراقية، دخلت الموضة إلى التعددية الديمقراطية للبصمات.

وإذا كان المبدعون وبعض ماركات الملابس الجاهزة يعتمدون على العري، فإن الماركة المسجلة للأزياء الراقية كانت أقل جاذبية. فهي تسير ببطء وعدم مساواة، وفقًا لبيوت الأزياء، نحو فقدان بعض من مكانتها كما أنها ترتكز على سياسة العقود والرخص الخاصة بقطع عديدة ومختلفة. إنه سقوط لنفوذ نسبي، كما تؤكده أرقام المبيعات. ومع ذلك فإن نظام الرخص وظهور معاقل جديدة للمبدعين هو التي أدى إلى زعزعة نظام البصمات، وسيلان التمثيلات الاجتماعية للعلامات التجارية. ونلاحظ، في أحد التحقيقات التي نشرت في مجلة هي Elle (في شهر سبتمبر ١٩٨٢)، أن النساء اللواتي تم سؤالهن لم يبدين اهتمامًا ملحوظًا بالفرق بين الماركة المسجلة الخاصة بالخياطين أو الخاصة بالمبدعين الطليعيين، وتلك الخاصة بالملابس الجاهزة المنتشرة في كل مكان: فمثلًا جاء كنزو إلى جانب تيد لابيدوس كما ذُكِرَ كاشاريل مع إيف سان لوران ونيو مان وكارتينج. إذن فنحن نشهد على تأسيس النظام الهرمي الداخلي. أصبح التمييز بين الماركات الكبرى مائعًا، ولم تعد الأزياء الراقية تشغل موقع الصدارة. بالطبع، لا يعني ذلك أن العلامات التجارية وضعت على الصعيد ذاته: فمن الذي لا يعرف الفرق الكبير في أسعار كل الماركات المسجلة من البصمات المختلفة؟ لكن

وعلى الرغم من فروق الأسعار، فإنه لم يعد هناك مجال لأي تراتبية موحّدة تحكم نظام الموضة، ولا أي قطبية للأذواق وجماليات الأشكال.

هذا التآكل في القيم والذوق لا يمكن أن نشبهه بغموض أيدولوجي، أو بوهم اجتماعي متعلق بفصل واقعي لمعسكر الموضة. على العكس: تعد الظاهرة هي المنظور الاجتماعي "العادل" لتحولات نظام الموضة المتخلّصة من تعقيدات الأزياء الراقية ومكرّسة لإبداعيّة الأسلوب، وتعددية معايير المظهر. فنلاحظ هبوط مستوى ماركات الملابس الجاهزة من ناحية، والسقوط النسبي لشهرة الأزياء الراقية من ناحية أخرى. هذه المقرطة للبصمات لم تتطلب، مع ذلك، توحيدًا ولكن حدودًا أقل فصلًا، وأقل استقرارًا، إلا فيما يتعلق ببعض الأقليات. إن العملية الديمقراطية للموضة لم تلغ الفروق الرمزية بين الماركات، وإنما قللّت من علامات عدم المساواة، وزعزعت التقسيم بين الموضات القديمة والحديثة، بين الأذواق الراقية والمتوسطة، وسمحت بالاحتفاء ببعض القطع ذات الانتشار الواسع.

من الجمالية الأرستقراطية إلى الجمالية الشبابية

شهدت الهيمنة المسبقة الرمزيّة للأزياء الراقية نهايتها مع انهيار أعداد زبائنها: حيث لم تتلق بعض بيوت الأزياء أكثر من بضع طلبيات قليلة في كل عام، وبعض مئات الطلبيات لبيوت الأزياء الأكثر كلفة[1]. وهو ما يعبر، بقسوة الأرقام، عما وصل إليه حال طلبات التفصيل المخصوص في بيوت الأزياء الراقية. بكل تأكيد لا ينفصل هذا عن الأسعار المبالغ فيها للأزياء الراقية، كما لا ينفصل في الوقت ذاته عن وضع الملابس الجاهزة التي توفّرحتى أيامنا هذه ملابس ذات جودة عالية، وأسلوبًا وأصالة بأسعار لا تقارن (متوسط سعر ثوب من أثواب الملابس الجاهزة أقل عشر مرات من تفصيله بالطلب في بيوت الأزياء الراقية). لكن ومع أهمية عنصر الأسعار، إلا أنه لا يعود إليه وحده السبب في كون الأزياء الراقية لا

---

(١) من باب المقارنة: في منتصف الخمسينيات، أنتج ٢٨ محلًا تابعًا لديور ١٢٠٠٠ قطعة، بيعت لـ ٣٠٠٠ سيدة.

يوجد أكثر من ٣٠٠٠ زبون سنويًا من العالم أجمع. قد تبدو الظاهرة بسيطة، إلا أنها تحتاج إلى نظرة في العمق. هل ينبغي، على غرار سوسيولوجيا التمييز الاجتماعي، أن نربط اللامبالاة إزاء الأزياء الراقية بتراجع الطبقات المهيمنة، وبظهور برجوازية ذات إطار حداثي وديناميكي، وتعرف من خلال "الثروة الثقافية" أكثر مما تعرف من خلال الثروة المادية، ومهمومة بالتميز عن البرجوازية التقليدية، وتبحث عن سمات أكثر رزانة، وأقل نخبويّة، بما يتماشى مع علويّة الثروة الثقافية التي اختارتها وما تقدّمه من "شرعية الذات"(1)؟ إن ذلك يعطي تفسيرًا يبدو شاملًا، إلا أنه جزئي: إن دخول المرأة إلى عالم التعليم العالي ووظائف الإدارة لا يمكن أن يُستَوعب في عمقه كسيرورة لتشويه الرفاهية الأزيائيّة المعلنة حيث، أصلها داخلي بقوة. إن "الثروة الثقافية" للطبقات المهيمنة ليست هي الأقل محوريّة؛ يكمن في قلب إعادة انتشار الأزياء الراقية أكثر من مجرد ظهور طبقة "واثقة من شرعيتها كي لا تكون بحاجة إلى ارتداء مظاهر سلطتها(2)". ولا نعرف بأي آلية حازت الشرعية الاجتماعيّة للبرجوازية الجديدة، التي تتأكد اليوم أكثر من الأمس، ميزة التخلي عن رموز السلطة. ألم تستعرض التراتبية الاجتماعية، على الرغم من كونها مسلمًا بها، كل الإشارات البرّاقة للنفوذ والسيطرة على مر العصور؟ وكيف للثروة الثقافية، أن تمتلك فضيلة الدفع بأفول العلامات العليا للتراتبية؟ الآن نفهم توجه التصريح المتواري حيث لا تكمن أصوله العميقة في الصراعات الرمزيّة وتزاوج الثقافات بين الطبقات بقدر ما تكمن في حركة المدى الطويل للقيم ذات الطبيعة الواحدة في المجتمعات الحديثة. إن سيسيولوجيا التمييز، بإشكاليتها ذاتها، تظل صماء إزاء الحركات ذات المدى الطويل، ولم تستطع أن تستوعب الخيوط التي تربط الجديد بالقديم. وهكذا يمكن وصف المصير الحالي للأزياء الراقية على النحو التالي: إن الظاهرة في حالة قطيعة مع موضة المائة عام، من ناحية وبشكل لا يمكن تفاديه، لكن، من الناحية الأخرى، تبدو كلحظة محورية لاتجاه زمني مكون للمجتمعات الديمقراطيّة. نعم، إنها قطيعة تاريخية، ولكنه في الوقت ذاته ترابط استثنائي لمصير المظهر الفردي من ظهور

---

(1) Pierre BOURDIEU et Yvette DELSAUT, « Le couturier et sa griffe », Actes de la recherche en science sociales, 1, 1975, p. 33.

(2) Ibid., p. 33.

الملبس الذكوري الأسود في القرن التاسع عشر وحتى الانصراف عن التفصيل في بيوت الأزياء الراقية. كيف استطاعت الموضة الحديثة المضي في هذا الصدد، أي تقليل العلامات التفاخرية للمظهر، في الوقت الذي لم تتصرف، فيما وراء ألعاب التنافس الرمزي للطبقات، في عمق القيم المستمرة التي توجّه التطلعات التمايزية؟ وإذا كان منطق التمايز يتطلب دعم مسيرة الموضة، فإنه لم يسبب، في هذه النقطة، إلا فوضى: لكن لا يمكن أن يكون الأمر كذلك، فالموضة الحديثة خضعت، على المدى الطويل، لنظام واتجاه ثقيل لم يجد وضوحه إلا مرتبطًا بالنهايات الاجتماعيّة والجماليّة المتجاوزة لتنافس الطبقات.

ويعد التنافس التفاخري، الفعل المتلاقي لشعاع القيم التي يتجلى فيها مثال المساواة، والفن الحديث، والقيم الرياضية الأكثر قربًا منّا، المثال الفرداني الجديد للمظهر الشبابي. إن استراتيجيات التمييز لم تكن قوى "خلاقة" بقدر ما كانت وسائل لهذه الحركة ذات عمق ديمقراطي. ومع موجة الملابس الغامقة الذكورية، ظهرت مقرطة الأناقة، أو ما يسمى بكلمات أخرى القطيعة مع لزومية المصاريف التفاخرية الأرستقراطية، ظهرت بشكل افتتاحي مع الزي الذكوري أولًا، واستفادت الأزياء الأولى بالكامل من الحقوق الديمقراطية الأولى. إن الموضة النسائية، تماهت، طوال القرن العشرين أكثر فأكثر في هذا المنطق الديمقراطي. ومع نهاية "قطب" التفصيل في بيوت الأزياء الراقية، وجدت المصاريف التفاخرية لحظة اكتمالها الحتمي بعد المرحلة الانتقالية التي وجدت اعتبارًا من عام ١٩٢٠، الموضة المتواضعة والمترفة في الوقت ذاته للأزياء الراقية.ومذّاك، فقد مبدأ الرفاهية الأزيائية نفوذه وشرعيته الأزليّة، وقدرته على إثارة الإعجاب ورغبة النساء في امتلاكه.

لم تستطع الموضة النسائية التخلص من هيمنة الأزياء الراقية بسبب القيم الجديدة المرتبطة بالمجتمعات الليبرالية على صعيد الإنتاج والاستهلاك الجماهيري. إن عالم الإعلام والترفيه سمح بظهور ثقافة جماهيرية مرحة وشابة تكمن في الخسوف النهائي للموضة التفاخريّة. إن انطلاقة الثقافة الشابة خلال سنوات الخمسينيات والستينيات سارعت من انتشار القيم المنادية بمبدأ السعادة. وساهمت في منح صورة جديدة للمطالبات الفردانية. وتأسست ثقافة تعلن عن اللاتطابقية.تحتفي بقيم التعبير الفردي، والمرح والتلقائية الحرة. إن

تأثير كورجيه، ونجاح "الطراز" ومصممي الموجة الأولى من الملابس الجاهزة في سنوات الستينيات تعد الترجمة، في نظام الموضة، لصعود هذه القيم الجديدة المعاصرة للروك والنجوم الشباب: وخلال بعض السنوات، أصبح "الشاب" هو نمط الموضة. إن خشونة الموديلات، وحدّة الأساليب لم تستطع أن تفرض نفسها فيما بعد إلا على أكتاف ثقافة تهتم بالسخرية، واللعب، والمشاعر الصادمة، وحرية الأساليب. لقد اكتسبت الموضة سياقًا شبابيًا، إذ كانت لابد وأن تعبر عن أسلوب حياة متحررة ومتخلصة من القيود والأعمدة الرسمية. هذا المدار الثقافي للجماهير هو الذي دمّر نفوذ الأزياء الراقية، والدلالة الخيالية الشبابية هي التي أوجدت اللامبالاة إزاء ملابس الرفاهية، الشبيهة بالعالم "القديم". وأصبح الذوق الجيد المنفصل عن الأزياء الراقية- مفرغًا من القيم التي تعلي من قيمة إبهار الاتفاقات والجرأة وغمزات العين، ومثمنًا فكرة أن التحقق والصدمة الشعورية والشباب أهم من الاعتبارية الاجتماعية. فحدث تحول كبير في الاتجاه بالنسبة للموديلات: نتذكر عبارة إيف سان لوران "فيما مضى كانت الصبية ترغب في التشبّه بأمها، أما الآن فالعكس هو ما يحدث". فأصبح اتجاه أن تبدو الفتاة أصغر من سنها أهم من اكتساب درجة اجتماعية: إن الأزياء الراقية، بتقاليدها العظيمة ورهافتها المميزة، وموديلاتها المكرّسة للنساء الناضجات "والمستقرات"، شُوّهت من قبل هذا المطلب الجديد للفردانية الحديثة: المظهر الشبابي. إن مصير الأزياء الراقية لا ينبثق من التمييز بين الطبقات الاجتماعية، بل يرجع على العكس للمرتبة الثانية في المبدأ الأزلي لتعيين التميز الاجتماعي والترقية المتعلقة بشفرة العمر التي تفرض نفسها على الجميع باسم التقديس المحمل أكثر فأكثر بالفردانية المهيمنة. إذن فإذا كانت قيم الفردانية، قد ساهمت في المرحلة الافتتاحية، في ميلاد الأزياء الراقية وبشكل قاطع، فإنها تسببت في وقت لاحق في خلق اللامبالاة عند زبائنها المعتادين.

اكتسبت الأشكال والأساليب والمواد الخام شرعية الموضة، في الوقت الذي تراجعت فيه لزومية الموضة. وبعد أن كانت الملابس المهملة والأذواق العنيفة وغير المترابطة والوبرية والقديمة مستثناة حتى ذلك التوقيت، باتت في قلب حقل الموضة. ومع إعادة تدوير العلامات "الدنيا"، تابعت الموضة ديناميكيتها الديمقراطية، تمامًا كما فعل الفن الحديث

والطليعيين منذ منتصف القرن التاسع عشر. ومع الإدماج الحداثي لجميع الموضوعات والخامات في المستوى النبيل للفن يتعلق الآن بالجرافيك على التي شيرت، وبالتنس المبتذل.. حتى لاقت السيرورة التي بدأت في عام ١٩٢٠ نظامها الكامل: تبلغ الأناقة حدّها الأدنى، وتلعب الاصطناعية على البدائية أو على نهاية العالم. وها هي ذى نهاية المصاريف التفاخرية الأزيائية ومسيرة تخفيف الموضة وتبسيطها يسيران متجاورين ويرسمان الصعيد السامي لمقرطة الموضة، إنها اللحظة التي تسخر فيها الموضة من الموضة، والأناقة من الأناقة. وحدها الصور الفوتوجرافية للموضة والعروض للتشكيلات بأبعادها النزقية أفلتت، جزئيًا، من هذا الاتجاه الدائر. وخلفًا لطقسيّة عروض وعارضات الأزياء الراقية، ظهر "العيد" غير الواقعي للعارضات في مجموعات، والتأثير الاستعراضي بشكل مبالغ فيه والسحري. هذه الوسيلة السامية والدعائيّة للتكريس الفني للبصمات. هذا الطقس الحتمي لجمهور مختار لا يستثني على الرغم من ذلك عمليّة عدم الأمثلة والتقريب الديمقراطي: والأمر لم يتوقف على أن يبدأ بعض المبدعين في أن يفتحوا باب عروضهم أمام جمهور لا مبال مطالبين بمقابل لدخول العرض، ولكن هنا وهناك، باتت السخرية والتعليقات والاستخفاف تزعزع الطقس المقدس لعروض التشكيلات. بل أصبحنا نرى عارضات واقعيات وأكثر قربًا من المعيار المتعارف عليه: لقد خرجت الموضة، ولو على استحياء، من عصر العظمة والافتتان بها.

حتى وإن ظل نفوذ الرفاهية الأزيائية، من خلال الأزياء الراقية، تظل الموضة هي الرافد، ولو جزئيًا، لشفرة اجتماعية ذات نمط كلي بسبب العلويّة الممنوحة لتأكيد الدرجة التراتبية على التأكيد الفرداني. ومنذ أن وجد هذا المبدأ مشوَهًا، جماليًا واجتماعيًا، دخلت الموضة بخطى واثقة إلى مرحلة جديدة بناءً على مطلب افتتاحي من المنطق الفرداني. ولم تعد الملابس علامة على الشرف الاجتماعي، وظهرت علاقة جديدة مع الآخر تتغلب فيها الغواية على التمثيلات الاجتماعية. ولم يعد المهم هو أن تساير آخر صيحات الموضة، ولا أن تحوز الامتياز الاجتماعي، بل أن يشعر المرء بقيمته، وأن يثير الاعجاب، والدهشة، بل الارتباك وأن يبدو شابًا.

إذن، هناك مبدأ جديد من المحاكاة الاجتماعية يفرض نفسه، إنه النموذج الشبابي. ولم يعد أحد يبحث عن منح صورة لوضعيته أو تطلعاته الاجتماعية بقدر اهتمامه بأن يبدو "مسايرًا للموضة". كان البعض مشغولاً بملابسه وبأن يظهر "ناجحًا"، لكن دون أن يبدو شابًا ومتحررًا، ولا يتبنى آخر صيحة تتعلق بالموضة الشبابية. حتى الناضجون والكهول ارتدوا الملابس الرياضية والجينز والتي شيرتات الشبابية والأحذية الرياضية، بل ارتدوا ما يظهر صدورهم. ومع انتشار الأسلوب الشبابي، تعمّم الحد الأدنى في شياكة المظهر، وأزاح الانبهار بالنموذج الارستقراطي الذي سيطر لوقت طويل. إنه معقل جديد للمحاكاة الاجتماعية، فأصبح تمجيد المظهر الشبابي لا ينفصل عن العصر الديمقراطي الفرداني الذي يدفع بالمنطق حتى معناه النرجسي: بات الجميع مدعوًا لإنتاج صورته الشخصية وتكييفها وإعادة تدويرها. وأصبح تقديس الشباب والجسد في سلة واحدة، يستدعيان النظرة المستمرة للذات، والمراقبة الذاتية النرجسية، والسعي للتجديد: "في سن الأربعين، تصبح أكثر سكينة، وانتشاءً، وتطلبًا. وتتغير بشرتك كذلك. فهي الآن بحاجة لاهتمام خاص وعناية فائقة... حان الوقت لاستعمال مستحضرات العناية النشطة للانكاستر **Lancaster**، التي تهتم بمنح بشرتك مظهرًا أكثر شبابًا." إنه عامل لا غنى عنه للمعيارية الاجتماعية والتماشي مع الموضة. اللزومية الشبابية أصبحت قوة موجهة للفردانية، مع العناية اليقظة بالذات.

علاوة على ذلك، ساهمت الشفرة الشبابية، بطريقتها، في مساواة ظروف الجنسين، وتحت حراستها، أصبح الرجال يهتمون بذواتهم، وأصبحوا أكثر انفتاحًا على كل جديد في الموضة، ويقظون لمظهرهم ودخلوا إلى الحلقة النرجسية التي كانت فيما مضى حكرًا على النساء: "إيف سان لوران للرجال. رجل أنيق، ذكوري، رجل مشغول بمظهره اللائق. ويهتم بشكل خاص بوجهه، من مستحضرات مرطبة وبعدها دهانات معطرة." إن العصر المكرس للعناية بالجسد والمظهر للجنسين أصبح قريبًا جدًا: كشف استقصاء أجرى على النساء والرجال أن النساء يكرسن مزيدًا من الوقت للأمر، لكن الفرق كان عشر دقائق يوميًا ومتوسط تسع ساعات في الأسبوع أما الفرق الأكثر أهمية فليس بين النساء والرجال وإنما بين الكهول (١٢ ساعة و٣٥ دقيقة) وشباب الطلبة (٦ساعات و٢٠ دقيقة). إنه تحول مهم: فالرجال في سن الكهولة يعطون مزيدًا من الوقت للعناية الشخصية أكثر من النساء

الكهلات[1]. انتهت مرحلة الانفصال الكبير بين الرجال والنساء لصالح مرحلة أخرى من الديمقراطية النرجسية بسبب اللزومية الشبابية.

تعدد الموضات

تزامنت نهاية موضة المائة عام ليس فقط مع بسقوط الوضعية المهيمنة للأزياء الراقية، وإنما أيضًا مع ظهور معاقل إبداعية جديدة وبالتوازي مع تعدد معايير الموضة. كان النظام السابق يتميز بتوحيد قوي للذوق، بوجود الاتجاه السنوي الموحد نسبيًا، والذي يخدم هيمنة الأزياء. إلا أن الكره والتنافس الأسطوري بين كبار المبدعين، والأساليب المعترف بها لكل منهم، وتعدد الموديلات لا ينبغي أن يخفي المفهوم العميق الذي اعتمدت عليه الموضة طوال هذه السنوات. فتحت قبعة الأزياء الراقية تواجدت جمالية الفضائل، ولزومية الرقة، والعناية، وبحث وراء "الطبقة الراقية"، والسحر النسائي. كان الطموح المشترك يتمثل في التجسيد السامي لأناقة الرفاهية، والشياكة المرهفة ويعطى قيمة لأنوثة ثمينة ومثاليّة. وفي أثناء الستينيات والسبعينيات، تزعزع هذا الحس الجمالي بفضل الملابس الرياضية، والموضة الشبابية المختلطة، ومصممي الملابس الجاهزة: فأفسح توحيد موضة المائة عام المجال للموضات الخفيفة. فانتقلت الظاهرة إلى مستوى الإبداعات الموسمية: بلا شك قد نجد هنا أو هناك في عروض التشكيلات بعض العناصر الشبيهة بالأكتاف العريضة والأثواب الطويلة، لكنها أصبحت اختيارية وليست لزومية كما كانت، وغير أساسية، قد تستخدم حسب الرغبة، وفقًا للثوب أو للمبدع. نشهد الآن على التمييع الهادئ لفكرة الاتجاه الموسمي، التي كانت الفكرة السائدة للمرحلة السابقة. لقد حررت موضة المائة عام إبداع المصممين، وكانت مأطّرة مع ذلك بمعايير المهنة و"النهاية"، والمبادئ الجمالية للتمييز، والخطوط التي تفرض نفسها باعتيادية كاملة. خطوة جديدة على طريق الاستقلالية الإبداعية للمهنيين في مجال الموضة: حيث عصر عدم تعددية الموضة وحدود المظهر، وتحديد

---

[1] Caroline ROY, « Les soins personnels », Données sociales, I.N.S.E.E., 1984, pp. 400-401.

الأساليب. حيث المودلات العصرية (كوريج) والمثيرة (آلايا)، الشياكة الكلاسيكية (شانيل)، والشياكة المرهفة (ايف سان لوران)، والألوان النابضة (كنزو). لم يعد شيئًا ممنوعًا، فكل الأساليب أصبحت متاحة. لم يعد هناك موضة، بل أصبح هناك موضات.

يعد هذا الصعيد الأقصى لشخصنة الموضة الذي أنجزته الأزياء الراقية، وقيدته القيم المهيمنة للرفاهية وسمو "الدرجة الاجتماعية". وظهرت هبة جديدة في قلب فردانية الإبداع، على أكتاف القيم الجديدة للدعابة والشباب والكوزموبولوتانيات والأثواب الطويلة والنفاق الظاهري. برقت الموضة من خلال التشكيلات الفريدة خارج المنافسة، وتابع كل مبدع عروضه الخاصة مبرزًا معاييره الفنية. ووجه اللوم للموضة في نفس المنطق الخاص بالفن الحديث، وتجريبه متعدد الاتجاهات، وافتقاده لقاعدة جمالية مشتركة. إبداع حر في الفن كما في الموضة: تمامًا كما يفعل المخرجون المعاصرون من اعتداء على المرجعيات الرسمية، وإلغاء لملكية النصوص والمبادئ الخارجية لإبداع "ستديو التصوير"، كذلك جعل المصممون المرجعية تتوافق مع الذوق العالمي، مع إعادة استثمار، ساخرة وقديمة، لأساليب الماضي. لقد أفسح مسرح النصوص المجال لمسرح الصورة والصدمة الشاعرية، كذلك الموضة من جانبها ألغت العروض السرية في صالونات الأزياء الراقية لصالح "عروض المنصات"، وعروض الصوت والضوء، والعروض المبهرة: "الحقيقة الوحيدة للموضة تتمثل في التحفيز" كما كتب راى كاواكوبو.

حتى التشكيلات الخاصة لم تعد تطلب بهذه الوحدة في الأسلوب، والإحلال والتطويل الواضح جدًا في المظهر الجديد. في خطوط **A-Y** لديور، أو في ترابيز لسان لوران. كذلك أسلوب كنزو: "هناك أربع طلّات دائمًا ما تعود. البلوزات الكبيرة التي تستخدم أيضًا فساتين قصيرة، ثم الموضة "المنتصرة"، الأنثوية ضد الصدر المفتوح والرقيق. ثم طلّة "الدمية" المسلية واللطيفة والمرحة وموضة "البنت المسترجلة" بالأسلوب الرياضي والذكوري. هذه الموديلات الأربعة توجد في قاعدة كل التشكيلات" (كنزو) تعد الانتقائية هي الصعيد الأسمى للحرية الإبداعية، فلم يعد القصير يزيح الطويل، وبإمكان كل مبدع أن يلهو على راحته في تصميم الأشكال المختلفة من حيث الطول والاتساع. بقي المبدأ الذي

أسسه ديور، بلا شك، المتعلق بموضوعات التشكيلات، إلا أنه اقتصر على أن يكون عنصرًا للإلهام الحر والاستعاري ولم يعد قاعدة شكلية وحصرية. أصبح ما يهم هو روح التشكيلات وشاعرية الماركة المسجلة والحقل الحر لإبداع الفنانين.

كما يعود تجزؤ نظام الموضة إلى بزوغ ظاهرة غير مسبوقة تاريخيًا: موضات الشباب، والموضات الهامشية التي ترتكز على معايير تختلف عن معايير الموضة المهنية. ظهرت في أعقاب الحرب العالمية الموضات الشبابية الأولى مثل (زازو، سان جيرمان دو بري، بيتنيك) وكانت بمثابة الحركات الأولى "المضادة للموضة" واعتبارًا من سنوات الستينيات اكتسبت انتشارًا ودلالة جديدين. فمع موضة الهيبيز و"بابا"/ ، والنيوويف، والرأس الحليق أصبحت الموضة متزعزعة.فتعددت الشفرات بتأثير من ثقافة اللاتطابقية الشبابية. وظهرت كل الأشكال في الموضات الأزيائية، وفي القيم والأذواق والسلوكيات. إنها لا تطابقية قصدية لا تنبع فقط من استراتيجيات التمايز عن أذواق البالغين وباقي الشباب ولكن بشكل أكثر عمقًا من تطور قيم الجماهيرية المتعلقة بالسعادة وفي الرغبة في التحرر عند الشباب المرتبطة بالنموذج الفرداني الديمقراطي. الأكثر أهمية تاريخيًا هو أن تلك التيارات تم الدفع بها خارج النظام البيروقراطي الذي تتميز به الموضة الحديثة. وهكذا امتلكت بعض شرائح المجتمع المدني مبادرة المظهر، وحازوا استقلالية في المظهر الذي يعكس إبداعية مدهشة للمجتمع فيما يتعلق بالموضة والذي ألهم المصممين المتخصصين بشكل كبير جدًا لتجديد روح تشكيلاتهم.

ومع الموضات الشبابية، أصبح المظهر يسجل دافعة فردانية قوية، نوع من التدلل الجديد الذي يكرس الأهمية القصوى للمظهر، ويعلن عن الفصل الراديكالي مع المتوسط، وعن العلنية والشطحات، بغرض نيل الإعجاب أو إثارة الدهشة. وعلى غرار نزعة التدلل الكلاسيكي، يتعلق الأمر دائمًا باتساع المسافة، والانفصال عن الجماهير، وإثارة الدهشة وتدعيم الأصالة الشخصية، للذهاب لأبعد نقطة ممكنة في القطيعة مع الشفرات المهيمنة للذوق العام. انتهي عصر اللبس الأسود الذكوري الضيق، والبحث عن الرفاهية كما انتهت اعتبارية الفروق الطفيفة في اختيارات رابطات العنق أو القفازات.فالنزعة الشبابية الجديدة تنتصر للهامشية الظاهرة، والتغريب والفولكلور. وتقريب سمات الجنسين (الشعر الطويل

للذكور مثلًا). لم يعد المظهر علامة للتمييز الكبير أو سمة تفوق فردي بل أصبح رمزًا كليًا يشير إلى مرحلة عمرية وقيم وجودية وأسلوب حياة غير مصنفة، وثقافة منفصلة، وشكل من أشكال التقرير الاجتماعي. توجد فجوة، بلا شك، بين تلك الماركات والمظهر المتوسط، ومع ذلك تحفز وتصاحب بطريقة استعراضية، الاتجاه العام لإرادة خفض التبعية للهيكل العام للموضة. لا ينبغي أن نلاحظ في تلك الموضات الشبابية فصلا مطلقا بقدر ما نرى فيها المرآة المشوهة والسوقية لموجة الفردانية العامة لسلوكيات الموضة الخاصة بعصر المظاهر الجديد.

لقد تحدثنا عن موضوع "الموضة المضادة" ولكن هذا التعبير لا ينطلق دون مشكلات. بالتأكيد هناك معايير عدائية، قطعًا، مع الأعمدة الرسمية قد تجسدت اجتماعيًا. لكن بعيدًا عن أن تهدم مبدأ الموضة فإنها قد عددت وعقدت الهيكل العام. والمنحى الجديد يتعلق بالتعايش بين البعد المهني والمعايير "الوحشية" وغياب معيار مشروع، كل ذلك فرض نفسه على المجمل الاجتماعي. إنه نهاية عصر المظهر المتفق عليه. كما أنه لم يعد من الممكن تعريف الموضة على أنها نظام يتكون من تراكم الفروق الطفيفة، لأن الشفرات الراديكالية تستطيع أن تطالب بكل شيء حتى بالقبح وتتماشى مع نظام التفاصيل الصغيرة التي لا تحصى المهايزة عن الأناقة. فنجد، من جانب، تناقص في الفرق بين ملابس الطبقات المختلفة والجنسين، لكن من جانب آخر، عدم تشابه أقصى يبزغ في الأفق، وبخاصة في ملابس الشباب وابتكارات المصممين "المغامرين". وعلى خلاف فن تيار الطليعة/ لم تفشل الموضة الحديثة في اللحاق بالتطور، فالتوحيد والتشابه لم يكن أفقها قط.

إنها نهاية الاتجاهات اللزومية، وتكاثر ظوابط الأناقة، وبزوغ الموضة الشبابية، لقد خرج النظام بلا شك من حلقة التوحيد التي أحاطت به طوال فترة موضة المائة عام. في العصر المبادئي، وذلك على الرغم من حركة التعدد الجمالي الشاطح للأزياء الراقية. كان النظام الجديد للموضة في توافق تام مع المجتمع المفتوح الذي أسس في كل مكان تقريبًا سيطرة الأذواق تحت الطلب، والقواعد المرنة، والاختيارات المتعددة جدًا والسياسة: "اخدم

نفسك بنفسك". واللزومية "القيادية" للاتجاهات الموسمية أفسحت المجال لتماشي الأساليب. وأفسحت الوضعية الموحدة لموضة المائة عام الطريق لمنطق اختياري ومرح، حيث يختار كل شخص بين الموديلات المختلفة بل بين المبادئ والاتجاهات المتعددة في الأزياء. تلك هي الموضة المفتوحة، التي تمثل المرحلة الثانية من الموضة الحديثة. إن ذوق الثمانينيات جنح إلى تعقيد المظهر، إلى الابتكار والتغيير الحر في صورة الأشخاص وإلى تنشيط الحيل والألعاب والتفرد(1). هل ينبغي أن نتكلم عن ثورة اللوك(2)"Look"؟ إن عصر اللوك ليس إلا صالة الوصول لديناميكية الفردانية المصاحبة للموضة منذ خطواتها الأولى، ولم يفعل إلّا أن دفع بذوق التفرد إلى حده الأقصى وبالاستعراضية والتمايز وهو ما فعله أيضًا العصر السابق ولكن بطريقة مختلفة وفي حدود أضيق. وقد لاحظنا ذلك في عصور هنري الثالث وفي القرن التاسع عشر، وانتقلت تلك العدائية للتطابقية، وحب الفانتازيا، والرغبة في لفت الأنظار، للطبقات العليا في المجتمع. إن ظاهرة اللوك ليست في حالة قطيعة مع هذه "التقاليد" الفردانية الموروثة بقدر مظاهرها الحادة. فكل شخص مدعو الآن إلى ابتكار ومزج الأساليب المتعددة، وخلط الأنماط والنسخ، وإيجاد قواعد واتفاقيات جديدة. وهناك الطاقة في نظام الموضة التي بثتها جمالية الرغبة في السعادة والفردانية المبالغة بواسطة التطورات الأخيرة في مجتمع الاستهلاك. إن اللوك وهيامه بالحيل والعروض والإبداع المتفرد يعبر عن مجتمع فيه القيم الثقافية العلوية هي المتعة والحرية الفردية. إن ما يقيم الآن هو الفصل والشخصية الخلاقة والصور المدهشة وليس كمال الموديل. إن اللوك، في ارتباطه بالنزعة السيكولوجية ورغبات الاستقلالية المتزايدة في التعبير عن الذات، يقدم الوجه الممسرح والجمالي للنرجسية الجديدة المصاحبة للزوميات المعيارية والقواعد الموحدة. فمن ناحية، لدينا نرجسي يبحث عن دواخله وأصالته وحميميته السيكولوجية، ومن جانب آخر، يميل إلى إعادة تأهيل استعراض ذاته، واحتفالية المظهر. ومع المظهر، أُعيدت الموضة من جديد في

---

(1) Marylène DELBOURG-DELPHIS, Le Chic et le Look, Paris, Hachette, 1981.

(2) Paul YONNET, Jeux, modes et masses, Paris, Gallimard, 1986, p. 355.

شكل شبابي، ولم يعد هناك أكثر من اللعب مع الزائل، وباتت تبرق بلا تعقيد في مدار صورتها الخاصة. التي ابتكرت وتجددت من أجل المتعة. إنها سعادة التحولات في حلزون الشخصية الخيالية، وألعاب الفردانية التمايزية، في عروض اصطناعية للذات التي تعرض أمام ناظرى الآخر.

مذكر- مؤنث

ترتكز موضة المائة عام على تقابل ملحوظ بين الجنسين، تقابل في المظهر يمتزج بنظام إنتاج أو إبداع ذكوري وأنثوي لا يخضع للزوميات ذاتها؛ إن معقل المؤنث يجسد بحروف من ذهب الجوهر الحقيقي للموضة. فمنذ سنوات الستينيات ظهرت تحولات متعددة وأهمية غير عادلة وغيرت من هذا التوزيع الموروث بين النساء والرجال. وهكذا نجد الأزياء الراقية قد استثمرت على الصعيد المؤسسي منذ بداية سنوات الستينيات في قطاع "الرجال". ونجد مصممين ومبدعين، من جانبهم، ينجزون الآن ملابس جاهزة ذكورية طليعية. وفي بعض التشكيلات، يعرض عارضات وعارضون معًا، ومنفصلًا، الماركات الأكثر شياكة ونفوذًا الأزياء الراقية مطلقين حملات إعلانية للبارفانات ومنتجات التجميل الذكورية. و"عاد الرجل إلى الموضة" بعد مرحلة طويلة من الإقصاء تحت عباءة اللون الأسود.

إلا أن التجديد الحقيقي يكمن في التطور الرائع الذي اعتدنا أن نطلق عليه "اللبس الرياضي"، ومع ملابس الترفية الجماهيرية، دخل الزي الذكوري إلى دائرة الموضة الحقيقية بتغيراته الدائمة، ولزومية الأصالة واللعب. وبعد الجدية الأرستقراطية، والألوان الغامقة والطبيعية، أخذت الموضة الذكورية توجهًا جديدًا بإدماجها للفانتازيا في موديلاتها كمعيار أساسي. إن الألوان الساخنة والمرحة غزت جميع أنواع الملابس الذكورية: الملابس الداخلية، القمصان، البلوزات، وأزياء التنس، وأصبحت الألوان جزءًا أساسيًا من كل التركيبات الأزيائية الذكورية. وكانت تطبع على التي شيرت، والسويت شيرت نقوش وجرافيك غريبة ومضحكة، فلم يعد الأسلوب الطفولي والمسلي والأقل جدية ممنوعًا على الرجال. "الحياة

قصيرة جدًا كي نرتدي ملابس كئيبة". كما أن علامات الموت اختفت من الفضاء العام، فتماشت ملابس الجنسين مع لحظة السعادة العامة التي تسم المجتمع الاستهلاكي. فظهرت عملية تقليل الفصل الأزيائي بين الجنسين خلفًا لعملية الفصل بين الجنسين، المكونة لموضة المائة عام، مطلقة الملابس الذكورية في المنطق الصاخب للموضة، من جانب، كما شجعت، من جانب آخر، النساء على تبني الملابس ذات النمط الذكوري، منذ سنوات الستينيات (البنطلون، والبلوزة، ربطة العنق، الجينز). فسقط التقسيم العنيف بين الجنسين في المظهر، وتابعت سيرورة المساواة مسيرتها واضعة نهاية للقطبية النسائية في الموضة وأضفت "الذكورة" الجزئية على الزي النسائي.

ذلك لا يعني أن الموضة قد كفت عن الاختيارية في المعسكر النسائي. بلا شك تابع مصممو الأزياء الراقية تشكيلاتهم الذكورية، إلا أن التشكيلات النسائية هي التي صنعت شهرة بيوت الأزياء والمصممين، وهي التي كانت تنال التعليقات والمقالات الصحفية التي تنشر في المجلات المتخصصة. ونذكر مبدعًا مثل جون بول جوتييه الذي اجتهد كثيرًا لتسريع عملية الإعلاء من "الرجل الهدف" وذلك بابتكار موضة طليعية ذكورية متخلصة من التابوهات، ولكنها ظلت محدودة وأقل تنوعًا وأقل استعراضية من موضة النساء. لقد زاوج الزي الذكوري بين منطقين مختلفين: موضة الملابس الرياضية و"اللاموضة" للزي الكلاسيكي: الفانتازيا للمرح، والجدة والنزعة المحافظة ذات رابطة العنق الطويلة للعمل. هذا الفرق الكبير بين الزيين لا نجد مثله في الموضة النسائية، حيث الفانتازيا تكتسب مشروعية اجتماعية أكثر بكثير. والتعارض في الموضة النسائية أقل بكثير بين ملابس المرح وملابس العمل من زي النهار "العملي" وزينة الليل، الأكثر تعقيدًا. وإذا كان الزي الرجالي يسجل، جليًا، التعارض، الخاص بالمجتمعات الرأسمالية الجديدة، بين قيم السعادة والقيم التكنوقراطية، فإن الأمر عند النساء يختلف، فميزة الموضة قد أنهت هذا الفصل لصالح حق دائم في الطيش، حتى داخل مجال العمل، وإن كان متواضعًا بلا شك.

إذن تقشف أقل في الزي الذكوري، وعلامات ذات أصل ذكوري تتزايد في الزي النسائي. لم يسمح ذلك بتشخيص توحيد الموضة. إن ظواهر مثل استطاعة الرجال أن يطيلوا

شعورهم، أو أن تتبنى النساء ملابس ذات أصول ذكورية وأن تفتتح محلات تبيع ملابس الجنسين، كل ذلك غير كاف لإشباع الفكرة القائلة بتوحيد نهائي للموضة. ماذا نرى؟ بالتأكيد، حركة لتقليص الفروق بين الجنسين، حركة ذات طبيعة ديمقراطية في الأساس. لكن حركة "المساواة" الأزيائية تكشف سريعًا حدودها، فلن تستمر حتى إلغاء جميع الحدود، ولن تعرف نقطتها النهائية، كما نتخيلها منطقيًا مستمرة مع ديناميكية المساواة، لتشابه راديكالي موحد للجنسين. نعرف أن النساء دخلت جماهيريًا إلى الملابس الذكورية، وأنه أصبح من حق الرجال بعض الفانتازيا، إلا أن تمايزًا جديدًا بدأ يبزغ مكونًا انفصالًا هيكليًا في مظهر الجنسين. فهذا التوحيد المعمم في مظهر الجنسين ليس له وجود إلا من خلال النظرة السطحية، أما في الواقع، فالموضة لم تكف عن توليد علامات ممايزة، صغيرة أحيانًا ولكنها مهمة في داخل نظام حيث "اللاشيء هو ما يصنع كل شيء" في الحقيقة. والدليل أن الملابس تصبح خارج الموضة، وقد تعجب أو لا تعجب بسبب تفصيلة صغيرة، كما أن هذه التفصيلة الصغيرة كافية للتمييز في ملابس الجنسين. والأمثلة على هذا لا تعد: فالرجال والنساء يرتدون البنطلون إلا أن الموديل والألوان ليست واحدة في الحالتين، والأحذية ليست مشتركة، وقميص حريمي يمكن تمييزه بسهولة عن القميص الرجالي. وكذلك موديل زي الاستحمام وملابس البحر، والأحزمة والحقائب والساعات. إن الموضة تتواجد في كل مكان وتتمايز بفضل الأشياء الصغيرة أو "اللاشيء". ولذلك لم تستطع البنطلونات والشعور القصيرة أن تنتزع أنوثة النساء، فدائمًا ما تتكيف لصالح النوعية النسائية، ويعاد تأويلها بما يتوافق والمرأة واختلافها عن الرجل. وإذا كان الفرق بين المظهرين قد تلاشى، فإن الفرق بين الجنسين بقي، باستثناء بعض شرائح المراهقين ربما، إلا أنه مع تقدم العمر يعود الفرق ليتجسد من جديد. إن تمثيل الفرق الأنثروبولوجي قد قاوم أكثر بكثير من الطبقات الاجتماعية. فتآكلت الهوية الاجتماعية فيما يتعلق بالملبس ولكن الهوية الجنسية استمرت. هنا تكمن أصالة الحركة الدائرة في هذه المرحلة: فالعمل يتواصل وتقلص الفروق القصوى لا يعني التوحيد في المظهر، ولكن التمايز المرهف، شيء بشبه التعارض الأكثر صغرًا الممايز للجنسين. فقد الفصل بين مظهر الجنسين بريقه، لكن اختلافات خفية هي التي تظهر الآن. من الخطأ أن ننظر للفضاء الديمقراطي من خلال ملامح عدم التمايز - غير المفارق بين

الجنسين: فالديمقراطية في الموضة عملت لصالح إعادة إنتاج تعارضات فاصلة وفارقة، وتمايزات مشفّرة، والتي، مع صغرها واختيارتها، تكفي لإيضاح الهوية الأنثربولوجية والجنسية للأجساد.

بالتوازي مع الفصل الأدنى بين الجنسين تحركت سيرورة تمايز ظاهرة بينهما من خلال تلك العلامات الأنثوية بشكل حصري مثلا للفساتين والجونلات والأحذية والماكياج وإزالة الشعر. فتركت الموضة مستويين للتعايش معًا، على أصعدة عدة، نظام التعارضات الكبرى ونظام التعارضات الصغرى، هذا المنطق الثنائي هو الذي ميّز الموضة المفتوحة وليس التعميم التظاهري الموحد للجنسين ذى الفضاء المحدود، وحيث غالبًا ما تتّحد العناصر بطرق متنوعة، وعلامات تبرز فروق الجنسين. لا داعي للخوف، فلم ينته العصر الديمقراطي إلى توحيد الأذواق والمظهر: ومع تزاوج شفرات التمايز الصغرى والكبرى، يبقى الانفصال في الأزياء بين الجنسين، ليصبح نظامًا ذا اختيارات حسب الطلب.

لا يشغل النساء والرجال، مكانة متساوية، داخل المجرّة الجديدة للمظهر، فلم تكف حالة اللاتجانس الهيكلية عن تنظيم عالم الموضة. فإذا استطاعت النساء أن ترتدي كل شيء تقريبًا، وأن تدرج بعض الأجزاء ذات الأصل الذكوري في أثوابها، فالرجال، على العكس، خاضعين لتشفير حتمي قائم على الإقصاء القاطع للأبهة النسائية. إن الحدث الأهم يكمن هنا؛ فالرجال لا يستطيعون ارتداء الأثواب والجونلات بأى حال من الأحوال. ولا يستطيعون وضع مساحيق التجميل. فخلف تحرير الأخلاقيات، وتمويه معيارية الأدوار، هناك تحريم غير ملموس يمارس دوره في تنظيم هيكلية المظهر في عمقها بقوة داخلية وذاتية وفرضيات اجتماعية ليس لها ما يضاهيها في أى نظام آخر: فالأثواب ومساحيق التجميل حكر للنساء، وممنوعة على الرجال. دليل على أن الموضة ليست هي النظام الموحد حيث كل شيء قابل للمبادلة داخل شفرات بلا حدود تقيدها، وحيث كل العلامات "حرة ومتاحة بلا حدود"[1]. لم تلغ الموضة جميع المحتويات المرجعية، ولم تدفع بسمات المساواة إلى التماهي والتوافق التام: إن تعارض المؤنث والمذكر فيها يمثل تعارضًا هيكليًا صارمًا. والتابو الذي

([1]) Jean BAUDRILLARD, L'Echange symbolique et la mort, Paris, Gallimard, 1976, pp. 131-140.

ينظم الموضة الذكورية يتمتع بمشروعية جماعية بحيث لا يحلم أحد أن يضعها موضع تساؤل، ولا تعطي الفرصة لأي حركة اعتراضية أو محاولة حقيقية لقلب الاتجاه. جون بول جوتييه وحده هو من حاول ابتكار بنطلون على شكل جونلة للرجال، لكنه كان حركة دعائية استعراضية أكثر من كونها بحث عن موضة ذكورية حقيقية ولم تحظ تلك الحركة بأي اعتراف واقعي. إلا أن الجونلة بالنسبة للملبس الرجالي بقيت أمرًا مستهجنًا ومثيرًا للسخرية. الذكر محكوم عليه بلعب الدور الذكوري طوال الوقت.

أهو ديكور محكوم عليه بالفناء لأجل تعميق العمل على المساواة وانطلاقة قيم الاستقلالية الفردية؟ لا شيء مؤكدًا. إن مظهر الجنسين كان محط لوم منذ سنوات الستينيات، بلا شك: بداية من ارتداء النساء للبنطلونات حتى إطالة الرجال لشعورهم والألوان المستهجنة، وأقراط الأذن. وبقي منطق اللامساواة فيما يتعلق بالمظهر هو الذي يحكم المسألة، فهناك اعتراف اجتماعي بالمظهر الصبياني للنساء، لكن بالنسبة للرجال فلا يستطيعون تبني الأبهة النسائية، باستثناء أن يثيروا الضحك أو الاستهزاء. ظل الثوب، في الغرب، معرفًا بالنساء طوال ستة قرون: هذا العنصر الأزلي لا يخلو من التأثيرات. إذا كان الثوب ممنوعًا على الرجال، فذلك مرتبط ثقافيًا بالمرأة وبالتالي بالموضة، بالنسبة لنا، فيما تعرف الذكور، جزئيًا، واعتبارًا من القرن التاسع عشر، بأنهم ضد الموضة، وضد علامات الغواية وضد الاصطناعية. إن تبني الرمز الأزيائي النسائي كان ليهاجم، في الظاهر، وهو ما أسس الهوية الرجولية الحديثة. لسنا في تلك المرحلة: على الرغم من الأشكال المتعددة للمقرطة، والموضة، على الأقل على أساس الجنسين، يبقى غير عادل أساسًا، فالمعسكر الذكوري دائمًا ما يشغل المكانة السفلى، المستقرة، في مقابل الحراك الحر المنتج للأشكال عند النساء. فقد أعاد النظام الجديد -مع كونه مفتوحًا، بعيدًا عن التخلص من القواعد القديمة-الهيمنة النسائية لموضة المائة عام، لكن بطريقة جديدة. فألعاب السحر والتحولات الكبيرة ممنوعة على الرجال اليوم كما كانت دائمًا. ويبقى الذكور بلا انفصال عن عملية تماهي فردي واجتماعي مقصية مبدأ الحيل والألعاب، وهو الامتداد الطويل "للإذعان الكبير" الذي ساد في القرن التاسع عشر.

ويرد على هذه الاستمرارية في الوضع الذكوري، استمرارية أقوى في الوضع النسائي. بلا شك/ عرف المظهر النسائي "ثورة" حقيقية منذ سنوات الستينيات مع تعميم

البنطلون. ولكن تلك الظاهرة لم تشوه العلامات التقليدية للملبس النسائي. ففي عام ١٩٨٥ بيع ١٩.٥ مليون قطعة بنطلون، في فرنسا، في مقابل ٣٧ مليون قطعة فستان وجونلة. وفي خلال عشرة أعوام تزايد معدل شراء البنطلون (في ١٩٧٥، ارتفع الاستهلاك إلى ١٣ مليون قطعة) ولكن ذلك حدث أيضًا للجونلات والفساتين (في ١٩٧٥ بيع ٢٥ مليون قطعة). ومنذ عام ١٩٨١، تضاءلت معدلات شراء الفساتين، ولكن أرقام بيع الجونلات تضخمت. فالفساتين والجونلات تمثل ١٣.٤% من شراء الملبس في عام ١٩٥٣، و١٦% في عام ١٩٨٤. ومع أن النساء قد تبنت بقوة ارتداء البنطلون إلا أنها لم تتخل عن الجانب الأنثوي في الفساتين. لم يحل البنطلون تدريجيًا محل الملابس الأنثوية التقليدية، بل أصبح يظهر إلى جوارها كاختيار مساعد. فكان شرطًا لحرية أزيائية أكثر تنوعًا. ولذلك، لم يكف الفستان عن متابعة مسيرته على الرغم من نجاح البنطلون: فالمحافظة على ارتداء الفستان لا تعني إعادة علامات الأنثى الصغيرة، وإنما التطلع إلى مزيد من الاختيارات والاستقلالية الأزيائية فيما يتعلق بالرغبات "الكلاسيكية" النسائية لتغيير المظهر، إلى جانب النزعة الفردانية الاختيارية المعاصرة.كما أن الفستان يسمح، في الوقت ذاته، بتقدير الجسد النسائي بصورة خاصة، وجعله هائمًا، محترمًا أو مثيرًا، والكشف عن الساقين، وتمييز مفاتن الجسد. ويجعل "اللعب" ممكنًا كما التورية. وإذا كان الفستان لم يلق لامبالاة اجتماعية، فذلك لأنه يمثل "تقليدًا" مفتوحًا، في حركة دائمة بفضل الموضة. في استجابة إلى التطلعات الأكثر عمقًا عند النساء فيما يتعلق بالمظهر: الإغراء والتحول في المظهر.

إن استمرارية الموضة النسائية تظهر الآن أكثر إذا وضعنا في الاعتبار مساحيق التجميل ومستحضرات العناية. منذ انتهاء الحرب العالمية الأولى عرفت المجتمعات الحديثة طفرة مستمرة في استهلاك مستحضرات التجميل ومقرطة استثنائية في منتجات التجميل، وموجة غير مسبوقة من الماكياج. أحمر الشفاه، والعطور، والكريمات، والمساحيق، وطلاء الأظافر، منتجات انتشرت انتشارًا واسعًا وكانت تباع بأسعار رخيصة، أصبحت أدوات

لاستهلاك مستمر"(١)، وتستخدم أكثر فأكثر في جميع الطبقات الاجتماعية، بعد أن كانت لعقود أدوات للرفاهية لا يستعملها إلا عدد محدود. طرأت تحولات على سوق مستحضرات التجميل، بلا شك، ويسجل إلى الآن تفضيلًا متزايدًا لمنتجات العناية والمعالجة أكثر من منتجات التجميل. وتجدر الإشارة إلى الطلب الجماهيري المتزايد على كريمات الأساس، ومستحضرات العناية بالأظافر، والشفاه والعيون. أما عطور الرجال والمرطبات قبل الحلاقة وبعدها فقد شهدت نجاحًا متزايدًا، لكن منتجات "الرجال"لم تمثل في عام ١٩٨٢ إلا مليارًا مقابل ١١ مليار فرانك من أرقام المبيعات في فرنسا من منتجات العطريات. والتجميل والزينة. ومهما كانت تحولات التفضيلات النسائية الجزء المتزايد للرجال، يبقى الماكياج ممارسة نسائية حصرية يشمل جمهورها أصغر الفتيات، اللواتي يستخدمن في سن مبكرة جدًا زينة العيون والشفاه. فاكتسب الماكياج مشروعية اجتماعية مع انتشار قيم السعادة والمرح، ولم تعد الفتاة التي تستخدمه محط استهجان/ ويتساوى في النظرة الاجتماعية أصغر الشابات مع أكبر النساء عمرًا. في المقابل بقي استعمال"الكحل" عند الرجال فعلًا هامشيًا، ومقصورًا على عدد بسيط من الشباب. وفرضت أساليب الزي العملي والحر والطبيعي نفسها أكثر فأكثر على الموضة، لكن، بالتزامن معًا أصبحت مساحيق التجميل هدفًا لاستهلاك متزايد: وهو دليل على التثمين الأزلي للجمال الأنثوي.. إن التحرر الاجتماعي الذي اكتسبته المرأة لم يؤد "بالجنس الثاني" قط إلى التخلي عن مساحيق التجميل، بل شهدنا جميعًا على اتجاه متزايد للاستخدام المتواري للماكياج.

كان استخدام مستحضرات العناية والماكياج والتدلل النسائي هو الحدث الأهم. إن تنديد الدوائر النسوية المتعصبة بخضوع الجنس الثاني لفخاخ الموضة ليست إلا أمورًا سطحية، لم تستطع محو الاستراتيجيات الأزلية للغواية النسائية. واليوم، لم يعد للتنديد بمسألة " المرأة

---

(١) تضاعفت أرقام المبيعات العامة لصناعة العطور الفرنسية بالفرنك الثابت بنسبة ٢,٥بين عامي ١٩٥٨ و١٩٦٨. كما ارتفعت تكاليف منتجات العطور، بالفرنك الثابت، من عام لعام ومن شخص لشخص إلى ٢٨٤ فرنكًا في ١٩٧٠، وإلى ٣٦٥ فرنكًا في ١٩٧٨ وإلى ٤٦٥ فرنكًا في ١٩٨٥.

الهدف" من تأثير، أو صدى اجتماعي حقيقي. لكن هل كان الأمر كذلك فيما مضى؟ أهو عودة إلى الحالة الأولى؟ في الواقع، إن الطيش النسائي لا يمثل الآن صورة تقليدية بقدر ما يساهم في تهيئة مظهر نسائي جديد، حيث المطالبة بإبراز المفاتن لا تستثني المطالبة بالعمل والمسئولية. لقد حازت المرأة على حق التصويت وحق الممارسة الجنسية الحرة والحمل والولادة خارج إطار الزواج، وعلى كل الأنشطة المهنية، إلا أنها احتفظت بالميزة الأزلية في التدلل والغواية. هذا التعريف هو ما يفسر مصطلح "المرأة العملاقة" الذي وضع جنبًا إلى جنب مع مبادئ كانت متعارضة فيما مضى. فأن تحب المرأة الموضة لم يعد يعني المصير المشئوم، وأن تتجمل "وتظهر جميلة" لم يعد له علاقة بالخضوع والاستسلام. كيف نجرؤ على الحديث عن التلاعب في الوقت الذي يعلن فيه عدد ضخم من النساء أن تعدد مستحضرات التجميل، بعيدًا عن أنه يضايقهن، فهو يمنحهن مزيدًا من الاستقلالية والحرية لكي يثرن إعجاب من يرغبن فيه وحين يردن ذلك[1]؟ تحولت رغبة المرأة في الجمال، إلى لعبة أنثوية تتفق مع النموذج الأصلي للأنوثة، ورعونة من الدرجة الثانية والرغبة في إرضاء الذات. من خلال الملابس والماكياج، تغوى النساء الرجال، وتلعب دور النجمة والأنثى في مواجهة الأنثى، تختار النماذج، والإيقاعات، الأساطير، العصور، وتستمتع بالترف وبالاستعراض الذي تقدمه.

إن استمرارية الانفصال بين الجنسين ذات أصداء حتى الشكل الجديد المسيطر للفردانية المعاصرة المقسمة بين الجنسين: النرجسية السيكولوجية والجسدية. ومع النرجسية الجديدة، هناك تشوش في الأدوار والهويات السابقة للجنسين لصالح موجة كبيرة من "توحيد الجنسين"، ومن الاستقلالية الخاصة والاهتمام بالذات، والاستثمار المتزايد للأجساد، والصحة، ومشاكل العلاقات. لكن هذه الزعزعة في التقسيم الأنثروبولوجي لا تعني نرجسية موحدة، منذ أن أخذنا في الاعتبار العلاقة بالتجميل. إن النرجسية الذكورية الجديدة استثمرت الجسد كحقيقة غير ممايزة، وكصورة شاملة لتظل في صحة وهيئة جيدتين، مع قليل من الاهتمام بالتفاصيل، وقليلة هي مناطق الجسد التي تثير الاهتمام التفصيلي

---

(١) في بحث أجري في عام ١٩٨٣، في سوفريه، يرى ٦٣ ٪ من النساء أن تعدد مستحضرات التجميل والعناية بالنظافة يمنحهن مزيدًا من الحرية لأنهن تستطعن تغيير المظهر تبعًا للظروف والرغبة الوقتية. ويرى ٣٤٪ أن الظاهرة تمنحهن حرية أقل لأنهن يجدن أنفسهن مجبرات على اتباع موضة ما.

باستثناء، نقاط الانتقاد الدائمة، والمتمثلة في: تجاعيد الوجه والكرش والصلع. وينصب الاهتمام الأكبر على المحافظة على جسد شاب ومشدود وديناميكي من خلال ممارسة الرياضة واتباع نظام غذائي. أما النرجسية الذكورية فهي سطحية أكثر من كونها تحليلية.

في المقابل، تقديس الذات عند النساء أساس بنيوي، ونادرًا ما تكون صورتها عن نفسها شاملة.. وتنتصر النظرة التحليلية على النظرة السطحية. وفي هذا تتساوى الشابة مع المرأة الناضجة، وكي نقتنع، يكفي أن نقرأ بريد مجلة نسائية: "عندي ١٦ سنة، وشنيعة بعض الشيء، مليئة بالبقع السوداء والبيضاء" "والأربعينية النضرة، أنا لا أحسب سني، باستثناء الجفون العلوية التي تمنحني مظهرا حزينا بعض الشيء".كل مناطق الجسد النسائي استثمرت، فالنرجسية التحليلية قد تمعنت في الوجه والجسد بجميع عناصره وأضفت عليه قيمة إيجابية: الأنف، العيون، الشفاه، البشرة، الأكتاف، والصدر، والأرداف، والمؤخرة والسيقان كانوا الهدف للتقدير الذاتي ومراقبة ذاتية، محاطة "بممارسة للذات" نوعية ومكرسة لتثمين وتصحيح هذا الجزء أو ذاك. نرجسية تحليلية تعود في الأساس إلى الهيمنة الكلية للجمال النسائي. فالقيمة الممنوحة للجمال النسائي قد أطلقت سيرورة حقيقية للمقارنة مع باقي النساء. وملاحظة دقيقة لجسدها باعتبارها قواعد معترفًا بها، إنه تطور يتعلق بجميع أجزاء الجسد. إذا كانت الموضة الأزيائية متعددة الأشكال، وإذا كانت المعايير ذات سمة معيقة أقل من ذى قبل. ففي المقابل لم يفقد الاحتفاء بالجمال الجسدي الأنثوي قوته، بل تدعم وتعمم وتعولم، بالتوازي مع تطور الأزياء العارية وملابس الشاطئ والملابس الرياضية. السمينة جميلة، والقبيحة جميلة، تلك كانت الشعارات الجديدة للمطالبات الفئوية وهي الميناء الأقصى للسيرورة الديمقراطية في البحث عن الشخصية الذاتية. ومهما يكن، فإن الفرص التي يمتلكنها لتخطي القواعد الثابتة تكاد تكون معدومة خاصة حين نرى فوبيا الوزن الزائد والنجاح المتسارع لمنتجات التجميل، وتقنيات وأنظمة التخسيس: وبقية الرغبة في الحفاظ على الجمال هي الرغبة المشتركة الأولى، بلا شك أصبح الرجال أكثر اهتمامًا بالمحافظة على أجسادهم، وبشرتهم، ومظهرهم، إن هذا التحول بين غيره من التحولات يؤكد فرضية النرجسية الذكورية الجديدة. بقي أن مثال الجمال لا يتصف بالمظاهر ذاتها عند الجنسين، سواء من حيث آثاره على علاقة كل منهما مع جسده، أو الاستخدام داخل التماهي الفرداني،

والتثمين الاجتماعي والحميم. إن تمجيد الجمال النسائي يؤسس من جديد، في قلب النرجسية المتحركة و"العابرة للجنسين" فصلًا واضحًا ليس جماليًا فقط بل ثقافيًا وسيكولوجيًا.

غياب للتماثل بين المظهر الذكوري والنسائي: ينبغي العودة إلى هذا الفصل والذي، وإن كان اختياريًا، يبقى غرائبيًا من وجهة نظر التوجه التاريخي والديمقراطي الحديث. لقد هدمت الدلالة الاجتماعية للمساواة فكرة أن الكائنات متغايرة، بل هي في أساس تقديم الشعب المهيمن ذى السمة العالمية، كما أنها ساهمت في تحرر النساء، وزعزعة الأدوار والوضعيات والهويات. ومع ذلك، فهي لم تنجح في اقتلاع جذور "إرادة" الجنسين للظهور من خلال علامات الطيش لاختلافاتهم. حتى أن المظاهر الأكثر جلاء كادت تختفي، فيما بزغت مظاهر أخرى ذات اتجاه ديمقراطي لتقريب المتناقضات: نذكر الرعب من استخدام أحمر الشفاه بعد الحرب العالمية الأولى وطلاء الأظافر بعد عام ١٩٣٠، وماكياج العيون بعد عام ١٩٦٠. كما لو أن المساواة لا تقدرعلى تخطي عتبة ما، وكأن المثال الديمقراطي تعثر في لزوميات التمايز الجمالي للجنسين. يظهر هنا واحد من الحدود التاريخية لخيال المساواة في الظروف وإنتاجها الأدبي للتقليل التدريجي في أشكال عدم التشابه بين الجنسين(1). نحن نتعرف من خلال الهوية، ونطالب بالحقوق ذاتها، على الرغم من أننا لا نريد أن نشبه الآخر. كتب توكفيل: أن " الذين لا يشبهون بعضهم، في العصور الديمقراطية، لا يطالبون إلا بأن يشبهوا بعضهم، بل أن يصبحوا نسخًا مكررة(2)" العبارة ليست مقبولة تمامًا بالنسبة لموضة الجنسين؛ فحين ترتدي النساء البنطلون، فهي لا تبحث عن التشبّه بالرجال، بل تبحث عن توفير صورة أخرى للمرأة أكثر حرية في حركاتها، وأكثر إثارة أو أكثر لامبالاة. وليست محاكاة للآخر بقدر ما هي إعادة تأكيد على التمايز ولكن بشكل أكثر دقة من خلال الموديل النوعي للملابس أو علامات الماكياج. عديدة بلا شك مظاهر الموضة التي تشهد على الانتشار الديمقراطي للأشكال والآخرية الاجتماعية. ينبغي القول بأنه مع استمرارية

(1) Marcel GAUCHET, « Tocqueville, l'Amérique et nous », Libre, n. 7, 1980.

(2) TOCQUEVILLE, De la démocratie en Amérique, Paris, Gallimard, t. II, p. 288.

الفصل في المظهر بين الجنسين، يوجد فشل في ديناميكية المساواة التي لم تستطع الذهاب حتى آخر نقطة في محو علامات عدم التشابه.

مقاومة فكرية لمسألة المساواة التي تكشف قوة مبدأ اجتماعي تناقضي يتجذر في اعتبار العمر: إنه تقديس الجمال النسائي. فمنذ القدم في الحضارة المصرية ثم الإغريقية، لم يتوقف الاستخدام التجميلي لأدوات الزينة، ولم تكف النساء عن وضع المساحيق ومستحضرات التجميل المختلفة في جميع الأوساط. وأصبح الماكياج طقسًا نسائيًا بامتياز كي تثير المرأة الإعجاب وتكون مرغوبة وتمارس سحرها. والمدهش أنه على الرغم من التنديد الديني والأخلاقي المستمر الموجه ضد مستحضرات التجميل واستخدامها منذ القدم، فإن تثمينها وتقديرها لم يتوقف ليس فقط عند طبقات النساء الفنانات والنساء الناضجات بل تستخدم على نطاق نسائي واسع. ولم تستطع عدائية الأخلاق ولا مسألة الخطيئة في الديانة المسيحية أن تمنع النساء من التدلل. إذن فبأى معجزة تستطيع ديناميكية المساواة أن تنجح في وضع نهاية لظاهرة استمرت آلاف السنين ولم يستطع أى شيء أن يوقف مسيرتها؟ لماذا تتخلى النساء عن طقس يرجع لآلاف السنين، فيما لقي الجمال النسائي، منذ القرون الوسطى وعصور النهضة مزيدًا من الاعتبارية والاحتفاء؟ ومع هذه التقديس للجمال النسائي وغياب الفكرة التي كانت تؤبلس المرأة اكتسبت رغبة المرأة في التجمل وإثارة الإعجاب شرعية اجتماعية عميقة. وبهذا فإن المجتمعات الحديثة لا ترتكز فقط على مبدأ المساواة بين الكائنات، لكن أيضًا على مبدأ عدم المساواة مع "الجنس الجميل". ويبقى الجمال سمة نسائية، حيث نعجب به ونشجعه عند النساء وبشكل أقل عند الرجال. وتبدو مسيرة الديمقراطية عاجزة عن محو هذه العقيدة، هذا الاحتفاء غير العادل بالجمال النسائي. بل نشهد في القرن العشرين على تدعيم نفوذ ولزومية الجمال النسائي مع النجمات. وتشجيع الجاذبية، وذلك من خلال الإنتاج العام للماكياج وتعدد مراكز التجميل التي تقدم نصائح تجميلية تنشرها المجلات المتخصصة ومن خلال مسابقات الجمال. إن عدم المساواة الدائمة في وسائل الغواية بين الجنسين ترجع في الواقع إلى هذا التثمين غير العادل للتجميل النسائي. أهي لحظة انتقالية قبل تحقيق انتصار حتمي في المساواة في المظهر؟ في الواقع، لا شيء يشير إلى ذلك خاصة مع ملاحظة الصور الإعلانية، والتطور الحديث للموضة وتسارع صناعة مستحضرات

التجميل. بل يسعنا أن نتخيل تأسيس نظام قائم على منطقين متعارضين: المساواة واللا مساواة، سامحًا لتشخيص أكبر للمظهر النسائي بالتوافق مع قيم الفردانية المفرطة لعصرنا. إن شفرة" الجنس الجميل" التي ساهمت تحديدًا في إنتاج الاختلاف وتثمين الفردانية التجميلية ما زال أمامها الكثير من النجاحات. وإذا استمرت المساواة في التقريب بين مظهر الجنسين، فإن تكريس الجمال النسائي سيتمثل تأثيره في إعادة إنتاج علامات تمايز جديدة فيما يتعلق بالموضة وطقوس الغواية.

إنها حدود ديناميكية المساواة التي تذهب فيها وراء فضاء الموضة، لأنها تتعلق بالتمثيل الذاتي للأنا. وفي العصر الحديث يتعرف الرجال والنساء بصورة متشابهة، شريطة ألا تستثني تلك الهوية الجوهرية مشاعر الآخرية الأنتروبولوجية. وليس صحيحًا، أنه تحت تأثير المساواة، تهمشت هويات الجنسين، وتوارت في المرتبة الثانية لصالح هوية ثانوية عميقة. إنه أمر لا يبدو سطحيًا حتى في مقارنته مع التغير الهائل في التركيب الاجتماعي الديمقراطي: إذ ينبع من صورة الذات. وهويتها الخاصة، وسماتها الأكثر حميمية في علاقتها بالآخر. إن النسوية الجديدة ومطالبها النوعية، وتضاعف الكتابات النسوية وخطب النساء التي لا تحصى، ألا تعد هي العائق الاجتماعي للمساواة؟ وماهية المساواة لا تعني التخليق الموحّد لهوية أنثربولوجية عميقة، بل لتوليد تشابه في الجوهر بين الجنسين يصاحبها، مع ذلك، مشاعر خاصة بعدم التشابه. فنحن متشابهون وغير متشابهين بشكل لا ينفصل، دون أن نستطيع تحديد أين يكمن هذا الاختلاف الأنثربولوجي، ودون أن نستطيع أن نقف على الخط الفاصل. ذلك هو المصير المدهش للمساواة التي تجعلنا خاضعين ليس فقط للتشابه بل لعدم التحديد وللتماشي الحميم مع الأضداد وإلى التساؤل اللانهائي حول الهوية.

موضة مستمرة

بالتوازي مع تعدد سمات المظهر المشروع، ظهرت أذواق وسلوكيات فردية وجماعية في قطيعة مع كل ما سبق. إنه تغير في السلوكيات ينبئ ببزوغ النرجسية الجديدة المسيطرة في فضاء الموضة للشخصيات المعاصرة. صحيح أنها حبذت الأذواق التي تتميز بالأصالة

وقللت من تعددية الموديلات الأزيائية، إلا أن موضة المائة عام انتظمت في شكل جماعي وفردي، وأعادت تفعيل التفوق التقليدي للمطابقة الجمالية للمجموع. تحت تأثير من الأزياء الراقية وصحافة الموضة، فرضت الاتجاهات السنوية والموسمية نفسها بقوة، فكي تصبح أنيقًا لابد من تبني الخطوط الأخيرة بأسرع طريقة ممكنة، وتغيير الثياب وفقًا لإيقاع هوى كبار المصممين. تعني الموضة المفتوحة نهاية هذا "التوجيه" القواعدي، والفصل غير المسبوق القائم بين الابتكار والانتشار، الطليعة المبدعة والجمهور المستهلك. واعتبارًا من تلك اللحظة تحرر "الشارع" من هيمنة قادة الموضة، ولم يعودوا يتبنون الابتكارات إلا فيما يتوافق وإيقاعهم، واختياراهم. فظهرت قوة كبيرة لصالح المظهر، موحية بالتصاعد الفرداني للإرادة الاستقلالية الخاصة.

كان الرعب من الجونلة القصيرة (الميني جيب) هو العلامة الأولى على هذا التوجه الخاص بسيرورة الاستقلالية. ها هي ذى موضة لم تعد على السطح إلا كموضة كلاسيكية، بالنسبة لجميع الشرائح العمرية النسائية. والفرق بين آخر الصيحات والانتشار الكبير للموضة أصبح جليًا. إن ظاهرة الاستقلالية في مقابل القواعد الأخيرة لم تفعل إلا أنها أدت إلى تكاثر اللبس "الطويل" في نهاية الستينيات. والابتكارات الأكثر تميزًا في سنوات السبعينيات لم تتعد إطار عدد قليل من النساء. أما الآن فكل الموديلات سريعًا ما تصل إلى الشارع. التعدد الكبير في المبدعين، والتطلعات المتزايدة للاستقلالية الخاصة أوجبت سلوكيات أكثر تحررًا، وأكثر نسبية في علاقتها بالموضة. فالكل تقريبًا يعرف ما هي آخر الموضات دون أن يقلدوها بإخلاص، لكن يكيفونها مع الذات، بل نكاد نجهلها لصالح أسلوب آخر. المفارقة: من المعروف أن إبداع الطليعة كان استعراضيًا، والانتشار الجماهيري "هادئًا"، ولم يتأثر إلا ببطء بابتكارات القمة. إن ما يميز الموضة المفتوحة يتمثل في استقلالية الجمهور في مقابل فكرة الاتجاه، وسقوط سلطة فرض الموديلات المرفهة.

وهكذا تتباطأ مسيرة الموضة بعد عصر من التسارع. وهو أمر لا يصل لأن يكون غير معتاد حتى نلاحظه: فهي تتقدم بشكل شامل دون حمى التقليد الوقتية. لقد عانت الموضة من جميع أشكال الوقوع والإخفاق الإبداعي. وأسس المنطق المزدوج نوعًا من النظام الثنائي فيما

يخص المظاهر. فمن جانب، عرض متسارع طوال الوقت ومن جانب آخر مطلب "متحرر" لا يحث الخطى. إنها حلقة مفرغة: ترمز الموضة الأزيائية، منذ قرون، لتغيرات سريعة في التبني والانتشار، فيما جنحت الاستقلالية الفردانية، بعيدًا عن أن تقود إلى تغيير سريع دائمًا، إلى نوع من "الحكمة" الطائشة، وإلى مقدرة وسطية عند المستهلكين.

هناك دائمًا بلا شك آخر صيحة، لكن انتشارها الاجتماعي أصبح أكثر تواريًا، تائهًا بين التشوش الإبداعي للمصممين وتعدد اللوك. لم نعد في عصر الاتجاه المسيطر الذي يفرض نفسه على الجميع بتأثير من الأزياء الراقية وصحافة الموضة والنجوم. وحين أصبحت جميع الأطوال والاتساعات مسموحة، وتعددت الأساليب، وعندما بات التبادل ممكنًا، بات من الصعب أن تكون خارج الموضة. فمن خلال المظهر الجديد للموضة لا يشوه الحديث القديم وتمحى الفواصل بالتوازي مع انطلاقة القيم السيكولوجية والاتصالية والدعابية. وعلى الرغم من المقرطة الواسعة التي تميزت بها، فإن موضة المائة عام لا تزال تستخدم كنظام كبير للإقصاء "المتعسف". انتهت تلك اللحظة، انتهت "ديكتاتورية" الموضة، وعدم الاعتبارية الاجتماعية لمن هم خارج خط الموضة.فالوضعية الجديدة وضعية مفتوحة، غير توجيهية. ومع حذف قيم التأثيم والاحتقار، يدخل تعميم الموضة مرحلته النهائية، فحظي الأفراد على حرية أزيائية كبيرة جدًا، وأصبح الضغط التطابقي للمجتمع أقل فأقل، وموحدًا أكثر من ذي قبل ومستمرًا. وكما أننا لم نعد نسخر من زي الآخر، ولم نعد نضحك على الثياب ذات الموديلات القديمة، ها هو ذا تيار تهدئة للموضة التي تترجم وتشكل جزءًا من التسامح المتزايد للأخلاقيات. إنها الموضة المرنة، التهدئة العميقة في مواجهة القسوة والعنف، والحساسية الجدية تجاه الحيوانات، وأهمية الإصغاء للآخر، والتربية المتفهمة. والتقليل من الصراعات الاجتماعية: العديد والعديد من الأشكال السيرورة العامة ذاتها "للحضارة" الحديثة الديمقراطية. وهكذا تتأسس تلك الموضة ذات الوجه الإنساني، حيث نقبل كل الهيئات تقريبًا، ونحكم بشكل أقل على الآخر من وجهة نظر رسمية. ولم تتألق متعة اللوك إلا اعتمادًا على هذا التسامح الأزيائي العام، وعلى توصيف لامبالاة شعورية اجتماعية تجاه الموضة.

إن الحديث عن استقلالية الجمهور في مواجهة الموضة لا يعني بالتأكيد اختفاء الشفرات الاجتماعية وظواهر المحاكاة. فهناك قيود اجتماعية استمرت على الخاصة، لكنها كانت أقل توحيدًا وسمحت بالمبادرات على حسب الاختيار. لم يعد من الممكن إدراك من يقوم بالتغيير في العالم الحديث ويندد بالاستقلالية الخاصة باعتبارها وهمًا للضمير قبل السوسيولوجي. وينبغي الإفلات من التعارض القائم بين التحديدية والحرية الميتافيزيقية. وإذا كانت الاستقلالية الفردانية، في المطلق، تعد أُسطورة، فعلى الأقل هناك درجات في تلك الاستقلالية لمن يعيشون داخل المجتمع. حتى وإن بقيت لزوميات اجتماعية وعشرات الشفرات والموديلات التي تشكل تمثيل الذات، فلم يعد هناك معيار واحد للمظهر المشروع، وأصبح للأفراد الحق في تبني ما يشاؤونه من موديلات. وظلت النساء على متابعتهن للموضة، إلا أنهن أصبحن أقل إخلاصًا، وأكثر حرية. فأفسحت المحاكاة التوجيهية لموضة المائة عام المجال لمحاكاة ذات نمط اختياري ومرن، فنحن نحاكي ما نريده، وكما نشاء. وفي عصر الفردانية المكتملة يصبح المظهر حسب الطلب ووفق المحاكاة المفتوحة.

في الوقت ذاته، لم تعد الموضة تستدعي الاهتمام ذاته ولا الرغبات ذاتها. كيف يتسنى لها حينئذ أن تحكم مساحة عريضة من التسامح الجماعي على النحو الأزيائي، وعلى مستوى الأساليب الأكثر تغايرًا أن تتعايش معًا، وألا يكون هناك موضة واحدة بعد الآن. في العصر الذي تحظى فيه النساء بطموح مهني كبير، وحيث يمتلكن ذائقة أدبية رفيعة ورياضية تقترب من ذائقة الرجال. يعد الاهتمام بالموضة أكثر عمومية بكثير بلا شك ولكن أقل تكثيفًا، وأقل "حيوية" مما كان عليه في العصور الأرستقراطية، حيث ألعاب المظهر كانت لها دلالة محورية في حياة الأفراد. لقد أدت النزعة الفردانية النرجسية إلى تراخي الانشغال بالموضة. فلم تعد أي موضة تصدم الجماهير أو تستدعي رد فعل واستهجان كبيرين. كانت ثورة كورجيه هي الحدث الأخير الذي صاحبه بعض الاهتمام، ومن يومها والموضة تنتشر في أوساط أضيق، بين الاعجاب المتواضع واللامبالاه النسبية، على الرغم من التغطية الإعلامية والمجلات المتخصصة. فإن الموضة تابعت بنجاح ديناميكيتها الإبداعية: وقد أزعجت تشكيلات مونتانا، وموجلير، جوتييه، وري كاواكوبو صورة الأناقة والنمط النسائي المكرس. إلا أن ذلك لا يكفي للوقوف على الاستقبال الاجتماعي للموضة، حتى الابتكارات الحقيقية،

والاستعراضية لم تعد تنجح في إبهار الجماهير. كما لو أن الموضة، في خلال عشرين عامًا، فقدت نفوذها وقدرتها على إدهاش الجماهير. تستدعي الموضة دائمًا الاهتمام والجاذبية، لكن على مسافة ما، دون مغناطيس قريب. وانتزع المنطق الشبابي مساحة من الموضة كما اكتسبت هي من قبل الساحة الايدولوجية والساحة السياسية. دخلت الموضة، نسبيًا، إلى العصر اللامبالي للاستهلاك، وإلى عصر الفضول الخفيف والمسلي.

أما العلاقة مع الملبس، فقد أصابها تغير ملحوظ بدورها. فقد تناقص الجزء الخاص بالملبس في ميزانية الأسر الغربية المتطورة، في الثلاثين عامًا الماضية، تناقصًا مستمرًا. ففي فرنسا، هبط من ١٦% في عام ١٩٤٩ إلى ١٢% في عام ١٩٥٩، وإلى ٨.٧% في عام ١٩٧٤. ولم يتخط ٧.٣% في عام ١٩٨٤. بالتأكيد، هذا الهبوط لا يشمل كل الطبقات ويمس الطبقات الاجتماعية غير الميسورة أكثر من الطبقات المتيسرة، فكان العمال والعاطلون هم الذين قللوا من ميزانية الملابس. في الوقت الراهن، دون أن نعرف إذا كان الأمر يتعلق باتجاه عميق أو بظاهرة وقتية، نشهد اختفاء متزايدًا في الاستهلاك الأزيائي للمجموعات المختلفة الاجتماعية والمهنية. ففي عام ١٩٦٥ كانت عائلات الطبقة العمالية تخصص ١٢.٣% من الميزانية للملبس في مقابل ١١.٤% لأصحاب الوظائف المهنية أو الحرة. وفي عام ١٩٨٤ لم يخصص العمال سوى ٦.٨% من ميزانيتهم لنفقات الملبس، فيما يخصص المهنيون المستقلون وأصحاب المهن الحرة ٩.٣%. فأصبح العمال هم أقل من ينفق على الملابس، إذا جنبنا العاطلين. إلا أن ميزانية الملبس قد انخفضت عند جميع الطبقات في غضون ثلاثين عامًا إلى نحو الثلث. فقد مثّلت نسبة النفقات على الملابس في الأسر الميسورة ١٢,٥% من ميزانية الأسرة في عام ١٩٥٦. و٨,٧% في عام ١٩٨٤؛ والموظفين ١٣,١% في عام ١٩٥٦ في مقابل ٨.٤% في عام ١٩٨٤. في الواقع، لا ينبغي لهذه التفاوتات الاجتماعية أن تخفي ظاهرة ذات جوهر عام: تضاؤل الجزء المخصص لشراء الملابس من الميزانية، اللامبالاة إزاء الاستهلاك الأزيائي.

هذا الخفض في الميزانية لا ينفصل عن أمرين مهمين هما: تطور الملابس الجاهزة وحقيقة أن أسعار الملابس لا ترتفع بنفس سرعة ارتفاع أسعار باقي الخدمات والسلع

الضرورية لحياة الأسرة. إن اختفاء التفصيل، وإمكانية شراء ملابس على الموضة بأسعار مقبولة ومن منافذ متعددة، وانخفاض أسعار المواد المتعلقة بالملبس جميعها أسباب سمحت بالانخفاض المنتظم بالمقارنة بالوضع فيما سبق. مهما يكن، هذه الظواهر لا تفسر كل شيء. فالأمر لا يتعلق بانخفاض مرتبة "الملابس" فقط في نفقات الأسرة، هناك أيضًا إعادة توزيع شرائية، عند الرجال والنساء. هذا التوزيع الجديد، وهذه الأذواق الجديدة ساهمت كذلك في عدم الاستثمار في الاستهلاك الأزيائي. وكان الاتجاه الأكثر دلالة هو غدم الاهتمام "بالقطع الكبيرة" (المعاطف والتايرات والبدل) من جانب، وانطلاقة (القطع الصغيرة) مثل الملابس الرياضية والفضفاضة من جانب آخر. فالرجال في عام ١٩٥٣ لم يشتروا إلا بدلة واحدة كل عامين، وفي عام ١٩٨٤ أصبحوا يشترون بدلة كل ستة أعوام. ومثلت القطع الكبيرة في عام ١٩٥٣، ٣٨% من النفقات الذكورية في مقابل ١٣% في عام ١٩٨٤. بينما مثلت الملابس الرياضية والشبابية ٤% من المشتريات الذكورية في عام ١٩٥٣ في مقابل ٣١% في عام ١٩٨٤. وبالنسبة للنساء مثلت القطع الكبيرة مثل بالطو الفراء وغيرها ٣٣% في عام ١٩٥٣ من نفقات النساء على ملابسهن مقابل ١٧ % في عام ١٩٨٤. بينما ارتفعت القطع المتوسطة مثل البلوفر والبلوزة والجينز من ٩ إلى ٣٠[1] %.

بلا شك يجب توضيح كيف استشرى هذا الاتجاه في جميع الطبقات الاجتماعية والمهنية. تكشف الأبحاث التي أجريت على نفقات الملبس. كيف أن الطبقات العمالية تفضل الكم على الكيف، وتشتري من المحلات ذات الأسعار المناسبة. على خلاف أصحاب المرتبات الثابتة المتيسرين الذين لا يبحثون عن الملابس ذات السعر المنخفض بل على النوعية الجيدة بالطبع. لا يبحث العمال عن ارتداء البدلة الكاملة بربطات العنق، بينما يفعل ذلك الإداريون ورؤساء المؤسسات. والنساء رئيسات المؤسسات والموظفات في المهن الحرة يشترين قطع ملابس كلاسيكية وفساتين وأحذية ذات كعب عالٍ. بأسعار غالية بينما النساء

([1]) Cf. Nicolas HERPIN, « L'habillement: une dépense sur le déclin ». Economie et Satistique, I.N.S.E.E., n. 192, oct. 1986, pp. 68-69.

الإدرايات والمهندسات يقبلن أكثر على آخر الصيحات"[1]. ومع ذلك فإن تلك الاختلافات لا ينبغي أن تعطل الحركة الشاملة واتجاه السوق نحو الزي المتحرر والعملي والملابس الرياضية. فانتشرت الأذواق "المتراخية" وأذواق المرح والخيال في جميع الطبقات الاجتماعية. فالملابس "الثقيلة" لا تباع كثيرًا بينما تتزايد مبيعات الملابس الخفيفة. وباتت جميع الأعمار وجميع الطبقات الاجتماعية ترتدي الملابس الخفيفة والمتحررة والملابس الرياضية. هذا الاتجاه لم يلغ بالتأكيد ملابس السهرة الكلاسيكية والعمل والملابس النسائية.

إن الميل نحو "الاسترخاء" هو رمز عصر الفردانية الجديد. كما أننا نشهد على انفجار في المطالبات بالاستقلالية داخل الزواج وفي الجنس والرياضة ووقت العمل، كذلك يوجد تطلع في داخل عالم الملبس للأزياء التي لا تعوق حرية الإنسان أو حركته. إن موجة الأزياء الرياضية تترجم هذه المطالبة بمزيد من الحرية الخاصة، الحرية التي تترجم في الموضة من خلال السهولة والتحرر والنعومة والمرح في التصميم. وهو صعود النرجسية الجديدة يتدون في سجل الموضة، وشخصية في طور الاستقلالية الفردية. أقل اعتمادًا على شفرة الشرف الاجتماعي وأقل انشغالًا بالمنافسة والتمايز الاجتماعي التظاهري في نظام المظهر. اختفت "ملابس الآحاد" وكذلك الافتتان بملابس الطبقة الراقية، وفقدت ملابس الموضة سمتها المتعلقة بعلامة التميز والدرجة الاجتماعية. وأصبحت لا تعبر عن تراتبية اجتماعية بقدر ما تعبر عن رغبة شخصية، وتوجه ثقافي وأسلوب حياة ووضع اجتماعي. دائمًا ما كانت ملابس الموضة علامة على الدرجة الاجتماعية ووسيلة للغواية. وقللت الفردانية المعاصرة المسافة في الرمزية التراتبية في الملابس لصالح المتعة والسهولة والحرية. فلا يريد المرء في هذا العصر استدعاء الإعجاب الاجتماعي بقدر ما يبحث عن الإغواء، وعن الراحة ولا يهتم بالتعبير عن وضعية اجتماعية بقدر إعلان ذوق جمالي يظهر شبابه وحريته.

تستحق ظاهرة الجينز، في هذا السياق، اهتمامًا خاصًا. لقد شملت صيحة الجينز كل الطبقات وجميع الأعمار، ويعد نجاحه منذ ثلاثين عامًا الرمز الأكثر تعبيرًا عن الأذواق في

---

(1) N. HERPIN, « L'habillement, la classe sociale et la mode », Economie et Statistique, I.N.S.E.E., n. 188, mai 1986.

النصف الثاني من القرن العشرين. وعلى الرغم من تناقص أرقام مبيعات الجينز في الثلاثين سنة الأخيرة بشكل ملحوظ، فإننا بعيدون عن تصور أن مجاله قد انتهي، فالأمر لا يتعلق بموجة ولكن بأسلوب يصدر صدى على القيم الأكثر قربًا من الفرد المعاصر. ويقول إعلان ماركة ليفيز Levi's "ادخلوا إلى الأُسطورة" غالبًا ما نشير إلى التوحيد والمطابقة الذي يفرضه هذا النوع من الملابس: فالجميع يتشابهون، الشباب والأكثر شبابًا، الفتيات والفتيان لم يعودوا يتمايزون. فالجينز يكرس لمعيارية مظهر الجماهير، ونفي الفردانية الأزيائية. إنه منظور خاطئ، فلا يزال يفتقر إلى مزيد من التمعن في الظاهرة. إن الجينز ـ مثله مثل الموضات الأخرى، ملبس اختياري، لا يفرض من أحد على أحد ولا بأى تقليد، وبهذا فهو يكشف التقدير الحر للخصوصية التي يستطيع الفرد تبنيها، أو رفضها أو تركيبها حسب الاختيار مع عناصر أخرى. إن الدعاية الاجتماعية الكبيرة للجينز لا تقول شيئًا أكثر من: إن الموضة تتصرف دائمًا مع الفردانية والمطابقة، والفردانية لا تنتشر إلا من خلال المحاكاة لكن الأشخاص لديهم دائمًا رفاهية القبول من عدمه للصيحات الأخيرة. وممارسة ذوقهم الخاص بين العلامات التجارية المختلفة، والأشكال المختلفة. فالجينز هو لبس يمكن ارتداؤه في جميع الظروف ولا يحتاج إلى كي أو إلى نظافة دؤوبة، ومريح مع حرية الحركة. ومحمّل، جوهريًا بمفهوم ضد التطابق، فأول من ارتدى الجينز كان الشباب، الثائرون على المعايير المتفق عليها، وتتناقض مع القيم الجديدة لمبدأ السعادة في المجتمعات الليبرالية الاستهلاكية. ويتمثل رفض الشفرات التطابقية في الإقبال على موسيقى الروك والملابس المسترخية. إن انتشار الجينز قد سبق التيار المضاد للثقافة السائدة والتنديد العام في نهاية سنوات الستينيات. إنه تعبير عن التطلع لحياة خاصة حرة أقل قيودًا، وأكثر سهولة، لقد كان الجينز هو مظهر ثقافة فردانية مفرطة قائمة على تقديس الجسد والبحث على حسية أقل مسرحة. وبعيدًا عن أنه موحد للمظهر، يشير الجينز من قريب لشكل الجسد، فيبرز الأرداف، وطول الساقين، والمؤخرة. فظهرت ملابس ذات صدى أكثر مباشرة ومغرية بشكل فوري، خلفًا للملابس المخفية ذات السحر المتواري. كما أفسحت الحسية الاستعراضية المجال لحسية أكثر مباشرة، وأكثر "طبيعية"، وحيوية. إن الغواية النسائية في الجينز واضحة، لقد هجرت تأثيرها السابق لصالح علامات أكثر تكثيفًا وإثارة وشبابية. يظهر الجينز من خلال الغواية والموضة

"خسوف المسافة" الذي تفعّل بسبب الفن الحديث، وفي أدب الطليعة وفي الروك؛ وقد تخلصت الغواية من سمو الحيل، وتطلب الوسائط والفورية والعلامات الديمقراطية للمحاكاة، والطبيعية والقرب والمساواة. فحقق المظهر الديمقراطي الفرداني قفزة نحو الأمام مع انتشار الجينز، وأصبح التعبير عن فردانية متخلصة من الوضعية الاجتماعية. فأفسح الذوق المرهف المميز المجال لإظهار البساطة، والمساواة القصوى للعلامات الأزيائية. ولحظية الجسد واسترخاء السلوكيات والوضعيات. إنه توحيد للجنسين غزا العالم دون أن يهدم الجنسانية والغواية.

ومع التخلص من العلامات المعقدة لاستراتيجيات السحر، عدّلت الملابس الرياضية، بعمق، شكل الغواية. ليس احتفاءً لها، بل معطيات جديدة يكون الذوق من خلالها أقل تورية أمام نظرة الآخر. لقد حازت الغواية على استقلالية متزايدة بالتوافق مع أولوية للراحة، والعملية، و"الجاهزية السريعة": لقد دخلنا إلى عصر الغواية السريعة (إكسبرس) دائمًا هناك اهتمام بالغواية لكن دون أن نكرس لها وقتًا مبالغًا فيه. ودون أن يعطّل ذلك الأنشطة الأخرى. غواية لحظيّة، إنها غواية الاسترخاء. لم تشتغل الموضة الحديثة على تقليل استراتيجيات الغواية، بل عملت على جعلها خفية، نهارًا. إنه زمن الغواية في حدها الأدنى التي تتعايش جيدًا مع طقوس أكثر اتضاحًا في المساء، حين ترغب النساء في التزين لحضور حفل كي تثير الاعجاب. إن الغواية مع كونها شفرة نسائية، أصبحت اختيارًا ومتعة أكثر فأكثر: ففي استقصاء أجري، عبر ٧٠% من النساء أسفر عن أن الاعتناء بأجسادهن وأزيائهن يعد متعة قبل أى شيء. لقد أعيد تدوير الغواية، وأعيد تكوينها تحت جناح الفردانية النرجسية الجديدة، وفي البريق الجمالي حسب الطلب وللاستقلالية الذاتية.

وبالنسبة لعدد متزايد من الأشخاص، يفضلون الشراء كثيرًا على الشراء بأثمان غالية، ويفضلون شراء القطع الصغيرة على القطع الكبيرة، هنا تعبير أزيائي عن العصر الجديد للفردانية. ومع شراء القطع الصغيرة، لا يكون لدينا فرصة ممارسة الاختيار أكثر فقط، بل نسعد أنفسنا مرات أكثر. التغيير المستمر، من أجل متعة التغيير، والاحتفال بتحوّل الذات، وليس بغرض التظاهر الاجتماعي. إن الشراء الأزيائي ليس نابعًا من الأنا بشكل حرفي، لكنه

مرتبط بالعلاقة مع الآخر، وبالرغبة في الغواية ولكن غواية ترتكز على ثقافة العصر لمبدأ السعادة الديمقراطي. تجديد في الزي الخارجي تحت مطلب مما نحب وبرغبة في "تغيير الجلد". العديد من النساء لا يخفين أنهن يشترين هذه القطعة أو تلك تماشيًا مع الموضة أو لأنهن بحاجة إليها، بل لأنهن لسن في حالة نفسية جيدة، أو أنهن مكتئبات، وأنهن يردن تغيير حالتهن النفسية. فعند ذهاب المرأة للكوافير أو شرائها لملابس جديدة يكون لديها الشعور بفعل "شيء ما"، وأن تصبح واحدة جديدة. وكأنها تقول: "صففي لي معنوياتي": وبمعيار أن الموضة كفت أن تكون ظاهرة توجيهية، أصبحت ظاهرة سيكولوجية، إن شراء الموضة لم يعد موجهًا فقط بفعل الاعتبارات الاجتماعية والجمالية، بل أصبح ظاهرة علاجية.

بدأ نظام جديد لمحاكاة الموضة، مع الموضة المفتوحة وعملية تقليل الاعتبارات الاجتماعية الخاصة بالموضة. إن انتشار الموضة كان، لعدة قرون، انطلاقًا من البلاط ومن الطبقة الارستقراطية، وكانت الطبقات الدنيا تنقل طرق وأساليب التزين عند الطبقات العليا. ولم تلتفت موضة المائة عام لهذا القانون، وكانت الموديلات محط المحاكاة هي تلك التي تطلقها الأزياء الراقية ونساء الطبقات الراقية. ولكن ألسنا في عصر تحتل فيه الملابس الرياضية والمسترخية ساحات الموضة، حيث لا ترتدي النجمات مثل "الباقيات"؟ تغير طرأ وهدّم راديكاليًا، القانون الأزلي للمحاكاة: فالآن لا يتم تقليد الطبقة العليا، بل نقلد ما نراه حولنا، الملابس البسيطة، والموديلات المتوافرة وغير الغالية التي تعرض في المحلات. وخلفًا للقانون الرأسي للمحاكاة، ها هي محاكاة أفقية تتطابق مع مجتمع من الأفراد المتساوين. وكما كتب توكفيل من قبل عن موضوع الآراء والمعتقدات، إن التطور الديمقراطي يقود إلى نفوذ الأغلبية، وإلى تأثير عدد كبير: ولم تفلت منها الموضة، وهو تأثير الجماهير المتوسطة التي تمارس بشكل مستمر. وهو ما يؤكد النجاح المؤكد "للقطع الصغيرة"، وملابس المرح والرياضة.

إن المعطيات الإحصائية الدالة على تطور اللوازم الأزيائية تكشف، بطريقة أخرى، أن انتشار الموضة خضع للترسيمة الكلاسيكية المتعلقة "بملاحقة" الطبقات الدنيا للطبقات العليا.ولم يعد من مجال للنموذج الهرمي الذي تنتشر من خلاله القطع الصغيرة انطلاقًا من

الطبقات العليا وتكسب تدريجيًا الطبقات الدنيا. ولـذلك كـان البلـوفر يـشترى في سـنوات الخمسينيات ولمدة عشرين عامًا بشكل كبير بواسطة الإداريين وأصحاب المهن المستقلة. لكن انتشاره لم يتم بسبب النظام التراتبي للطبقات الاجتماعية. فبعد عام ١٩٧٢، تخطى الموظفـون مستوى استهلاك الطبقات العليا، لكن "طبقات العمال والفلاحين، لم يتبعوا فقط المـوظفين، بل أهملوا تلك القطعة قبل أن تهملها الطبقات العليا". والجينز كذلك لم يخـضع، في انتـشاره، لمبدأ التراتبية التنازلية: فلم يبـدأ مـسيرته في الطبقـات العليـا، بـل إن الـشباب هـم أول مـن ارتـدوه، في بدايـة سـنوات الـسبعينيات. وبدايـة مـن سـنوات الـسبعينيات اشـترته النـساء صاحبات الوظائف الإدارية العليا. لكن في الـسنوات التاليـة، لم تكـن صـاحبات الوظـائف الإدارية المتوسطة والمهن المستقلة من كرسن النصيب الأكبر من نفقاتهن على هذه القطعة بـل الموظفات والمفتشات الزراعيات[1]. لقد خضعت الموضة لأنواع من المنطـق أكثـر تعقيـدًا، ولم تعد تنتظم "آليًا" وفقًا لمبدأ النقل الاجتماعـي. وبـشكل أكثـر عموميـة، فلـم يعـد الـشخص يرتدي قطعة ما لأنها تستخدم عند من يحتلون قمة الهرم الاجتماعي، لكـن لأنهـا جديـدة، ولم نعد نساير الموضة لكي نظهر طبقة أو درجة اجتماعية معينة ولكـن مـن أجـل التغيـير، وكـي نعجب ونعبر عن فردانيتنا. إن دافع الموضة، منذ أن وجد، لم يتعرف قط بكاملـه مـن خـلال منطق البحث عن التميز الاجتماعي فقط، بل دائمًا ما كانت هناك، بالتوازي، ذائقـة التجديـد والرغبة في إظهار فردانية جمالية. لكن لا نستطيع أبدًا الشك في أن الرغبة في التمايز الاجتماعي كانت، على مر قرون، محركًا مهيمنًا ومكثفًا. لم تختف المسافة الفارقة بين الطبقات الاجتماعية، بل فقدت أهميتها وثقلها لصالح الرغبة في التجديد والغواية والفردانية. أمـا في هـذه الأيـام، فنحن نحب الجديد لكونه جديدًا، لكونه قيمة في حد ذاته تسمح، علاوة على ذلـك، بإظهـار فردانية جمالية، حديثة، ومتغيّرة. ومسألة أن ملابس الموضة هي وسيلة لتوضيح المسافات بين الطبقات باتت في تناقص، كذلك كونها أداة للتمايز الفرداني والجمالي ووسيلة للغواية واظهـار روح الشباب والحداثة المعلنة.

---

(1) N. HERPIN, « L'habillement: une dépense sur le déclin », art. cité, pp. 70-72.

لقد تماشت الموضة مع المطابقة والفردانية منذ بـدايتها. ومـع كونهـا مفتوحـة، إلا أن الموضة الحديثة لم تفلت من هذا المنطق في عمقها. كما أن الفردانية أصبحت أقل تنافسية. بـلا شك نرى أقليات مـن الـشباب لا تفعـل إلا أن تـشير إلى الاتجاه العـام، هـم أقـل انـشغالًا بالأصالة عن الأناقة وبالراحة والاسترخاء. كل شيء يعجب، ومع ذلك يبدو الشارع فـاترًا، بلا أصالة ملحوظة، فيرد النمطية للمظهر اليومي على أشكال "الجنون" عند المصممين، تلك هي مفارقة الموضة المفتوحة في اللحظة ذاتها التي تحتفي بها بـاللوك والفانتازيـا. إن تخـصيص الحياة، وانطلاقة القيم الفردانية، وتعدد الملابـس الجـاهزة، بعيـدًا عـن أن يـؤدي إلى انفجـار الأصالة الفردانية، كما كنا نتوقع، قاد إلى إضفاء الطبيعية المتدرجة للرغبة في التميز الأزيـائي. وفي هذا الصدد، يكـون مـن الـصحيح الإشـارة إلى أن هنـاك فردانيـة "أقـل" ممـا كانـت في العصور السابقة، حيث إن البحث عن التمايـز الاجتماعـي والشخـصي كـان محمومًـا، وكـان التمايز لزوميًا من خلال التفاصيل والزينة والألوان وكان من غير المحتمل أن ترتدي امرأتـان مثل بعضهما.

ربما من المناسب القول بأن الفردانية الأزيائية تزايدت بـشكل ملحـوظ: ففـي أيامنـا هذه، نرتدي من أجل ذواتنا، لصالح أذواقنا الخاصة وليس من أجل معايير لزومية وموحدة. فعلى مر عصور، لم تستطع الاستقلالية الفردانية أن تتأكد إلا من خلال الاختيار في الموديلات والمتنوعات. وتتضح الاستقلالية الشخصية حتى في اختيار معايير المظهر. إن الفردانيـة أقـل مرئية لأن الاهتمام بالأصالة أقل صخبًا: إنها أكثر جوهرية، في الحقيقة، لأنها تستطيع اسـتثمار سمات المظهر. إن الفردانية في الموضة أقل مجـدًا لكنهـا أكثر حريـة، وأقـل تزيينيـة لكنهـا أكثـر اختيارية، أقل تظاهرية لكنها أكثر توافقًا، أقل استعراضية ولكنها أكثر تنوعًا.

الجزء الثاني

المـوضة المكتملــة

أين تبدأ الموضة وأين تنتهي في عـصر تعـددت فيـه الاحتياجـات ووسـائل الإعـلام والدعاية والمتع الجماهيرية والنجوم؟ ما الذي ظل ناقصًا وبسببه كسبت الموضة، ولو جزئيًا، الساحة الثقافية ومجالس الخطابات المهمة؟ ما الذي حدث حينما أعـاد مبـدأ الغوايـة تنظـيم البيئة اليومية في عمقها والمعلوماتية والساحة السياسية؟ إنه انطلاق الموضة: فهـي لم يعـد لهـا من مركز سطحي، كما لم تعد ميزة للنخبة الاجتماعية، بل انخرطت جميـع الطبقـات في نـشوة التغيير، وخضعت البنية التحتية كما البنية الفوقية لنفـوذ الموضــة، حتـى وإن كـان ذلـك يـتم بشكل جزئي. إنه عصر الموضة المكتملة، حيث اتسعت وشملت الحياة الجماعية. لم تعد قطاعًا نوعيًا قابلا للأخذ منه في جميع القطاعات. بل إن الناس قد هاجرت إلى الموضة، وشيئًا فـشيئًا بات الثالوث الآتي يعمل جنبًا إلى جنب داخل إطارهـا: الـزوال، الإغـراء، التمايـز الهامـشي. أصبحت الموضة غير محلية، ولم تعد تعرف بانتمائها للطبقات المرفهة، بـل باتـت تتعـرف مـن خلال سيرورة ذات رأس ثلاثية محددة من جديد على صورة المجتمعات الحديثة.

ومـع التوسـع في هـذه البنيـة ثلاثيـة الأضـلاع، حـدث منعطـف محـوري في طريـق المجتمعات الحديثة فصلها جذريًا عن نمط المجتمعات الذي كان سائدًا بها اعتبارًا من القـرن السابع عشر والثامن عشر. فظهر جيل جديد من المجتمعات البيروقراطية والديمقراطيـة ذو سيطرة خفيفة وطائشة. ولم يعد الفرض القسري للقواعد، لكن ظهـر انتـشار اجتماعـي مـن خلال الاختيار والصورة. ليست ثـورة وإنـما إذعـان للمعنـى. ليـست الإيـدلوجيات وإنـما الاستهلاك الـدعائي والإغرائـي. لقـد تخلـصنا في بـضع عـشرات مـن الـسنين مـن أولويـة الإيـدولوجيات الجافـة ومـن ترسـيمة القواعديـة المميـزة للمجـال البطـولي للمجتمعـات الديمقراطية، لقد أعادت المجتمعات الحديثة تدوير نفسها لـصالح الخـدمات الـسريعة. وهـذا لا

يعني، بكل تأكيد، قطع كل الروابط التي تربطنا مع أصولنا: لم تخرج المجتمعات الطائشة من عالم المنافسة البيروقراطية، وإن دخل في مرحلته المرنة والاتصالية؛ لم يخرج من النظام الديمقراطي، بل استكمله من خلال الحمى الاستعراضية في اتجاهات الرأي العام والحراك الاجتماعي.

إن تفوق شكل الموضة ليس له علاقة بما يحدث من "تفسخ" في الغرب الذي استسلم للمتع الخاصة، المفرغة من كل أشكال الإيمان في المثل العليا. وليس لها علاقة بنزعة "التكبر" ما بعد التاريخية، تلك النهاية للهيجل-ماركسية التي حللها كوجيف في نهاية سنوات الخمسينيات[1]. إن الموضة المكتملة لا تعني اختفاء المحتويات الاجتماعية والسياسية لصالح الفخامة، بلا أي سلبية تاريخية. بل لها روابط جديدة بالمثل العليا، واستثمار جديد في القيم الديمقراطية وعوامل التحولات التاريخية، وانفتاحة جماعية أكبر على رهان المستقبل، غارقة في لذة الحاضر. إنه تراجع للمرجعيات الدينية ونهاية الأشكال التقليدية للانتشار الاجتماعي، وضع في دائرة مستمرة للأشياء والمعاني، إن المحطة الأخيرة للموضة قد عارضت المقاومة الاجتماعية للتغيير، وشجعت إنسانية أكثر تحررًا تاريخيًا فيما يخص الاحتياجات الديمقراطية.

إذا كنا نطمئن أنفسنا، فذلك لا يعني التظاهر بتعريف مجتمعاتنا من خلال نظام خارق قائم على النموذج الأوحد والوحيد. فمن المعروف أن القليل من الأشكال الأساسية للحياة الجماعية هي التي تتشابه مع نظام الموضة: فنشهد نوعًا من الحلزونية في الاقتصاد وتكنولوجيا الحرب والهجمات الإرهابية والكوارث الطبيعية والبطالة والعديد من الظواهر المناقضة لصورة الطيش في عصرنا: إن النشوة المصاحبة للموضة ليست مسيطرة، وقد تعايش عصر الغواية مع عدم الأمان اليومي والأزمة الاقتصادية والذاتية. ينبغي إعادة التأكيد على أن مجتمعاتنا ليست محطًا لأضواء الموضة فقط. بل إن العلوم والتكنولوجيا والفن وصراع المصالح والدولة والسياسة والمثل العليا الاجتماعية والإنسانية ترتكز على معايير نوعية وذات استقلالية خاصة: يمكن لهيكل الموضة أن يتقاطع معها، وقد يقسمها أحيانًا،

---

[1] Alexandre KOJEVE, Introduction à la lecture de Hegel, Paris, Gallimard, 1947, note de la seconde édition, 1959, pp. 436-437.

إلا أنها لم تمتصها داخل منطقها. والأمر يتعلق هنا بالمحافظة على اتجاه تاريخي مسيطر مؤسسًا دعائم كاملة لعالمنا الجماعي.

إن الفكرة القائلة بأن المجتمعات المعاصرة تنتظم تحت قانون التجديد اللزوهي، والصورة والمتطلبات الاستعراضية والتمايز الهامشي تطورت سريعًا جدًا على مستويات متعددة، مع الموهوبين، فنجد في الولايات المتحدة ريشمان، ڤ. باكارد، بورستين، ماركوسي، ثم لدى الطلائع الفنية وج. بودريار في فرنسا. اعتبارًا من سنوات الستينيات، أثار أكبر المنظرين اهتمامًا بالحداثة مفهوم "مجتمع جديد" تتطلبه عملية الموضة، ومع تلك الخصوصية التي يحللها الإطار المفاهيمي الموروث للروح الثورية. ومع التنديد، في بعض الشطحات النقدية، بالتوحيد المتواري للموضة، هناك غض للبصر عن أن المنظور الراديكالي قد أصبح موجة موجهة لاستخدام الطبقة المثقفة. هناك نقطة نظرية تستحق التأمل: إن مستقبل الموضة في مجتمعاتنا يتحدد من خلال تقويم التبذير وعملية خلق احتياجات غير ضرورية، وكذا وضع معايير التحكم في الحياة الخاصة. إن مجتمع الاستهلاك هو البرمجة اليومية، إنه تلاعب عقلاني للحياة الفردية والاجتماعية في كل المجالات، كل شيء أصبح مصطنعًا ووهميًا لخدمة الصالح الرأسمالي والطبقات المهيمنة. لقد احتفي العديد بالحد من مملكة الغواية والزوال، نذكر على سبيل المثال: عقلنة اللامعقول (ماركوس)، ومؤسسة المظهر الشمولي وتحرر معمم (ديبور)، التكيف العام (جالبريث)، مجتمع إرهابي (ليف بفر). وعلى ضوء ترسيمة صراع الطبقات والهيمنة البيروقراطية الرأسمالية قُرئ تميز الموضة. وخلف إيدولوجية إشباع الاحتياجات، ننندد بظرفية الحياة. إن عملية الانعكاس الكلاسيكي لإدانة المظهر والغواية لعبا دورًا فعالًا مدعومًا بالمفاهيم الماركسية.

الملف يستحق إعادة فتحه كاملًا. ففي هوس الأشكال والألوان وتحت تأثير الحمى التنديدية، كان العمل التاريخي لهيمنة الموضة نصف معروف. ومع الموضة الكاملة، يكون العقل قائمًا على دعامة التاريخ: وتحت تأثير الغواية تشتغل الأضواء، وتحت شلالات الطيش تتتابع الانتصارات الأزلية لاستقلالية الأفراد.

(١)
غواية الأشياء

يمكن أن نميز "مجتمعات الاستهلاك"، تجريبيًا، بسمات عديدة مثل ارتفاع مستوى المعيشة، انطلاق التجارة والخدمات، تقديس الأشياء والمتع، روح مبدأ المتعة والرأسمالية. لكن، بنيويًا، فإن تعميم عملية الموضة هو ما يعرّفها بشكل خاص. إن المجتمع الذي تمركز على اتساع الاحتياجات هو المجتمع الذي يعيد تنظيم الإنتاج والاستهلاك الجماهيري تحت قانون الغواية والتعددية، وهو الذي يؤرجح الاقتصاد في فضاء الشكل المساير للموضة. " تجتهد كل الصناعات لنسخ طرق كبار المصممين. إنه مفتاح التجارة الحديثة" هذا ما كتبه لـ شيسكين في سنوات الخمسينيات، ولم يكذّبه تطور مستقبل المجتمعات الغربية، إذ لم تكف عملية الموضة عن إيضاح هيمنتها. وتموضع المنطق المؤسسي في فضاء المظهر وسط القرن التاسع عشر، وانتشر في كل مجالات الاستهلاك وأصبحت المفاهيم البيروقراطية هي المخصصة لتفسير الأشياء والاحتياجات في كل مكان، وفرض منطق التجديد المتسارع نفسه لتعددية وأسلبة الموديلات. إنها مبادرة واستقلالية للتصنيع بغرض الإعلاء من المحلات التجارية أما التنوع السريع والمنتظم للأشكال وللمبادئ الكبرى التي دشنتها الأزياء الراقية فلم تعد مطلب الرفاهية الأزيائية، بل هي نواة الصناعات الاستهلاكية. إن النظام البيروقراطي الجمالي يتطلب اقتصاد الاستهلاك في الحاضر وإعادة تنظيم بواسطة الغواية المتسارعة. كما أن الصناعة الخفيفة هي صناعة منظمة مثل الموضة.

صنمم لينال الإعجاب

يتضح شكل الموضة بكل راديكاليته من خلال المسيرة المتسارعة لتغيرات المنتجات، ومن خلال عدم استقرار الصناعات. لقد ألغى المنطق الاقتصادي كل مثال للاستمرارية،

إنها قاعدة الزوال التي تحكم إنتاج واستهلاك الأشياء. واعتبارًا من تلك اللحظة سيغزو الزمن القصير للموضة أسواق المبيعات، المتحولة منذ الحرب العالمية الثانية، بواسطة عملية من التجديد "المبرمج" المتوافق لإعادة إطلاق الاستهلاك. إننا لا نفكر في تلك المنتجات التي لا تستمر وقتًا طويلا، بقدر ما نفكر في السيرورة العامة التي تعيق انطلاق منتجات جديدة سواء بمفاهيم غير مسبوقة أو عن طريق وسائل اكتمال بسيطة تمثل إضافة للمنتجات في مجال المنافسة التجارية. وفي ظل الموضة المكتملة، فإن زمانيتها القصيرة، وعدم استقرارها الممنهج أصبح سمات تتماشى مع الإنتاج والاستهلاك الجماهيري. إنه قانون لا يرحم، والمؤسسة التي لن تنتج نماذج جديدة ستفقد حتمًا حضورها في السوق وتضعف من قيمة علامتها التجارية في مجتمع يرى فيه المستهلكون أن الجديد بالضرورة أفضل من القديم. إن تقدم العلم ومنطق المنافسة والذوق المسيطر والخاص بالتجديدات يتبارون في تأسيس نظام اقتصادي منظم مثل الموضة. والعرض والطلب يخدمان كل ما هو جديد، فيدور نظامنا الاقتصادي في دوامة يتوج فيها الجديد كملك، وتتسارع نوبات عدم الاستقرار: بعض خبراء التسويق والابتكارات يؤكدون أنه في خلال عشرة أعوام سيكون ٨٠% إلى ٩٠% من المعروضات الحالية خارج التصنيف، وسيعاد تقديمها في صورة جديدة أو ظروف جديدة. ويعتمد معظم الدعاية على تصدير قيمة الجديد: "إنه جديد، إنه سونى" "حفاضات جديدة"، "سيارة فورد جديدة". فيظهر الجديد كلزومية درجية للإنتاج والتسويق. يسير اقتصاد الموضة بالإجبار والغواية الحتمية للتغيير والسرعة والاختلاف.

رموز الاقتصاد الطائش عديدة كالسكاكين الإلكترونية ومنظف الزجاج الإلكتروني وغيرها. إننا غارقون في تحويل كل الأشياء إلى أشياء إلكترونية، وسط بيئة يسيطر عليها هوس الوسائل والأدوات. ندد الكثيرون في سنوات الستينيات والسبعينيات بتصاعد اقتصاد المطبخ الجديد المكرس للتبذير و"الاحتياج الوظيفي"[1]. ككل أشيائنا خاضعة للموضة وللاستعراضية العابرة، والمجانية الإلكترونية المعلنة. فأصبحت البيئة المادية مشابهة

(1) Abraham MOLES, Psychologie du Kitsch, Paris, Denoel, bibliothèque Médiation, 1971, p. 199.

للموضة، ولم تعد علاقتنا بالأشياء علاقة استخدامية بل علاقة لعبية[1]، وأصبح ما يغرينا هو الألعاب التي تمثل فرصة للتلاعب والأداء. بلا أدنى محاولة للتنديد بالسمة اللعبية التي تربطنا بالبيئة التقنية، بإمكاننا أن نتساءل عما إذا كان هذا النوع من التحليل قابلاً للتطبيق على بيئتنا الاستهلاكية في تلك الأيام. لا نرغب، وراء بعض الأشياء الجديدة المثيرة للسخرية، في رؤية سيرورة مستمرة من التقدم، من الراحة والفعالية المضطردة. "إن "عدم الفائدة الوظيفية" ليس هو ما يمثل عالمنا التقني المتطلع للتقنيات العالية وثيقة الصلة بالمعلوماتية، إن الأدوات الإلكترونية تصب في مصلحة "الموانئ الذكية"، كالتفاعل من خلال أجهزة الفيديو الذكية، والبرمجة المستقلة، والانتصار الثقافي المستقل عن الطلب. إن الانتصار الثقافي للأدوات الكهربائية ليس إلا ترجمة لتلك اللحظة الافتتاحية للاستهلاك الجماهيري. وتم إخراس الهجمات الراهنة ضد الأدوات الإلكترونية، فهي لا تمثل أدوات للتنديد بقدر ما هي أشياء غريبة. لقد أصبح الاستهلاك أكثر نضجًا ـ ولم يعد السلوك اللعبي هو السائد، وهل كان يومًا كذلك؟ دون استثناء الرغبة المتزايدة في الاستعمال ذي الاستقلالية الفردية. لم يعد الأمر يتعلق بالتلاعب المجاني ولكن الراحة والاعتياد، فالمستهلكون يرغبون في منتجات محل ثقة "سيارات تعيش". أخذت الموضة في عالم الأدوات نظامها العابر، فنحن نقبلها كمصير أقل تراجيدية ومصدر للهناء، واستثارة صغيرة مرحب بها في قطار الحياة اليومية.

إن اللزومية الصناعية في الجديد تتجسد من خلال سياسة المنتجات المترابطة والممنهجة القائمة على التعددية. لقد ألغت الموضة معيارية المنتجات. وعددت الاختيارات والمكانات، وتجلت عبر سياسات تقوم على عرض مروحة كبيرة من النماذج بداية من الأدوات العادية وحتى نهاية السلسلة التي لا تنتهي. وإذا كانت سنوات العشرينيات قد أسست لمبدأ السلاسل الكاملة للمنتجات والابتكارات السنوية للموديلات[2]، فإن

([1]) Jean BAUDRILLARD, La Société de consommation, Paris, S.G.P.P., 1970, pp. 171-172.

([2]) Paul YONNET, « La société automobile », Ledébat, n. 31, sept. 1984, pp. 136-137, repris dans Jeux, modes et masses, Paris, Gallimard, 1986.

السيرورة لم تأخذ نطاقها إلا في أعقاب الحرب العالمية الثانية ومع معدات السلاسل والاختيارات والألوان والسلاسل المحدودة، دخل عالم التجارة في نظام الشخصنة، وشهد على تعميم مبدأ "التمايز الهامشي"[1]. والأمر يتعلق باستبدال التوحيد بالتعددية، والفروق الطفيفة والاختيارات الصغيرة في مرحلة الفردانية العابرة للأذواق. فاجتاحت سيرورة الموضة كل القطاعات في التنوع والفصل الثانوي؛ فنذكر أن رينو قد عرضت ٢٠٠٠٠٠ سيارة تختلف في ألوانها وفي الكماليات الطفيفة التي تحتويها. كما قدم نايك وأديدياس عشرات من موديلات الزي الرياضي بألوان مختلفة. وقدم سوني في عام ١٩٨٦، خمس سلاسل من التليفون المحمول. كما سارت المشروبات الغازية في الطريق ذاته: حيث ابتكرت شركة كوكا كولا سلسلة حقيقية من الصودا، كولا الكلاسيكية، وكولا الجديدة، وكولا دايت، كوكا الخالية من الكافيين، وكولا دايت الخالية من الكافيين، وكولا شيري، تباع في ظروف مختلفة وبأحجام مختلفة. لقد حددت الموضة المكتملة تعميم نظام الفروق الصغيرة المتعددة. بالتوازي مع التقدم التقني، ولّد شكل الموضة عالمًا من المنتجات المتناغمة بنظام الاختلافات متناهية الصغر.

مع اتساع سياسة السلاسل، لم يعد التعارض بين النموذج والسلسلة، الذي كان ظاهرًا أثناء المرحلة الأولى في الاستهلاك الجماهيري، يأخذ الوضعية ذاتها التي يأخذها الشيء الحديث[2]: إذا كانت عملية الانفصال بين أدوات الرفاهية ونماذج السلاسل الكبيرة لا تزال قائمة، فإنها لم تعد العلامة المميزة لعالم الأدوات. نحن نجعل السلسلة ونموذج الرفاهية في وضع تقابل بملمحين أساسيين: "البعد التقني" الذي يخضع الأداة المسلسلة للرداءة الوظيفية من جانب، و"البعد الأسلوبي" الذي يدين الشيء ذا الجماهيرية الكبيرة بكونه ذوقًا رديئًا، وغياب الترابط الشكلي والأسلوبية والأصالة من ناحية أخرى[3]. لكن كيف يمكن ألا

([1]) David RIESMAN, La Foule solitaire, Paris, Arthaud, trad. Franç. 1964, p. 77.

([2]) J. BAUDRILLARD, Le Système des objets, Paris, Denoel, bibliothèque Médiation, 1968, p. 163.

([3]) Ibid., pp. 172-176

نرى التغيرات التي طرأت على السمات التقنية والسمات الجمالية للأشياء الجماهيرية؟ إن الفكرة الشائعة القائلة بأن الإنتاج الجماهيري يعمل منهجيًا على تقليل عمر المنتجات بعيب مقصود في الصناعة وتدهور في النوعية[1]. لابد من اختباره بجدية. هذا الواقع ينطبق على بعض الأجهزة الصغيرة، وليس على غيرها من السلع طويلة الأجل (التليفزيونات، محركات السيارات،... إلخ[2] في عام ١٩٨٣، كشفت دراسة استقصائية أن ٢٩ ٪ من الثلاجات يملكها أصحابها منذ أكثر من عشر سنوات، كذلك مطاحن البن، مجففات الشعر، والمكانس الكهربائية عمرها أيضا أكثر من عشر سنوات. هناك تحفظ آخر يفرض على موضوع جمال الأشياء: فمع انطلاقة التصميمات وسياسات السلاسل، نرى ظهور منتجات ذات جماهيرية عالية بنوعية شكلية لا يمكن مقاومتها. هناك موديلات من السيارات سعرها يصل إلى ٥٠ % أقل من سعر موديلات أخرى من السلسلة ذاتها. إن الاعتناء بالمظهر الخارجي للمنتجات ذات الجماهيرية العريضة هو ذاته الاهتمام بالمنتجات التي تحتل رأس السلسلة، فالسيارات الصغيرة ذات موديلات لها الشكل الأنيق والديناميكية القريبة جدًا من المفاهيم الشكلية للسيارات الضخمة. لم ينتصر مفهوم الرداءة والتفاهة على مجتمعنا. بل إن ما شكّل الفارق هو تناقص الأناقة الشكلية لصالح تزايد الأداء التقني ونوعية الخامات والراحة وتعقيد التجميع. ولم يعد الأسلوب الأصلي هو المحبذ عند الطبقة المرفهة، بل أُعيد النظر إلى جميع المنتجات انطلاقًا من مظهرها الجذاب، وفقد التعارض بين النموذج والسلاسل مكانته التراتبية الموروثة. واصل الإنتاج الصناعي العمل الديمقراطي للمساواة في الظروف في مجال الأشياء: لم تزل الاختلافات القصوى تمامًا، إنما كفت عن التعبير المتباهي عن اختلافهم الحتمي.

---

(1) Vance PACKARD, L'Art du gaspillage, Paris, Calmann-Lévy, trad. Franç., 1962, pp. 61-75.

(2) Jean-Paul CERON et Jean BAILLON, La Société de l'éphémère, Grenoble, P.U.G., 1979.

ومع التفكيك الممنهج للبعد الجمالي في الإعلاء من المنتجات الصناعية، وجد اتساع شكل الموضة نقطة اكتماله الأخيرة. جمالية صناعية، وتصميمية. أصبح عالم الأشياء خاضعًا بالكامل لقبضة الأسلوبية ولزومية سحر المظهر. تعود الخطوة الحاسمة في هذا التقدم لسنوات العشرينيات والثلاثينيات عندما اكتشفت الصناعات الأمريكية، بعد الكساد العظيم في الولايات المتحدة الامريكية، الدور المحوري الذي يمكن أن يلعبه الشكل الخارجي للمنتجات في زيادة المبيعات: التصميم الجيد يعني مبيعات جيدة. وفرض مبدأ الدراسة الجمالية للخطوط وتقديم منتجات بسلاسل كبيرة، وإضفاء الهارموني على الأشكال وإغراء العيون تماشيًا مع الشعار الشهير "القبح لا يبيع جيدًا". ثورة في الإنتاج الصناعي: حيث أصبح التصميم جزءًا مكونًا في مفهوم المنتجات، وتبنت الصناعات الكبرى منظور الأناقة والإغواء. مع سيادة التصميم الصناعي، لم يعد شكل الموضة يعود إلى أهواء المستهلكين فقط، بل أصبح مكونًا للإنتاج الصناعي الجماهيري.

التغيرات العديدة التي طرأت على جماليات الأشياء نتجت عن المكانة الجديدة للغواية. ومع التقديم المرحلي للتغيرات في هيئة الموديلات، انفتحت الصناعات الاستهلاكية، اعتبارًا من سنوات الخمسينيات، على طرق الموضة النسائية. فكان عدم الثبات ذاته والتوق ذاته "المسيطر عليه" والذي يسمح بتغيير المنتج عن طريق تعديل بسيط في الأسلوب والتقديم. تماشى عصر الاستهلاك مع سيرورة التجديد الشكلي المستمرة.والتي تهدف إلى استدعاء ديناميكية، اصطناعية، من النضج وإطلاق العجلة. اقتصاد طائش يتجه نحو الزائل وآخر الصيحات كما وصفه بشكل محدد ونمطي ف. باكار[1] في السيارات وأدوات النظافة الغسالات والمحركات، أصبح عالم الأدوات يرقص على إيقاع الأسلوب والتغيرات السنوية للخطوط والألوان.

([1]) Op. cit.. pp. 76-97.

من الممكن إبراز كل ما يربطنا بهذا العالم الذي يمثل "اكتمال الموضة": فالمظهر ومنتجاته وتجديداته الأسلوبية لها طوال الوقت المكانة المؤثرة في الإنتاج الصناعي، فغلاف الأدوات أمر محوري لفرض نجاحه على الأسواق. والدعاية تشبه كثيرًا دعاية اللوك الجديد في عالم الموضة. فنتذكر في دعاية لسيارات فورد منذ بضع سنوات عبارة "آخر صيحة في السيارات"، ونرى الآن عبارة "أسلوب الأزياء الراقية وأسعار الملابس الجاهزة" في إحدى الدعايات لسيارات بيجو. حتى المنتجات الغذائية بدأت في الخضوع للزومية الجمالية الصناعية: الفنان الإيطالي جيوجيارو قام بتصميم أشكال جديدة من العجائن. وشيئًا فشيئًا تتغير السمة التقليدية لمنتجات مثل الساعات والنظارات، الولاعات، أقلام رصاص، أقلام جاف، طفايات، كراسات، وتصبح إكسسوارات مرحة ولعبية ومتجددة. نجحت صناعة الساعات خاصة في تحقيق موضتها الخاصة: إذ تطلق سواتش في كل عام حوالي عشرين موديل فانتازي بألوان مرحة وخامات بلاستيكية، فرأينا الساعات التي نرتديها في كل مكان ما عدا المعصم، والعقارب التي تدور عكس الاتجاه.

مهما كان الذوق المعاصر في النوعية والثقة فإن نجاح المنتج يعود إلى تصميمه في المقام الأول، وإلى تقديمه وتغليفه، فنتذكر أن لويس شيسكين هو الذي أعطى انطلاقة جديدة لسجائر مارلبورو، حين ابتكر العلبة الشهيرة المقواة ذات الألوان أبيض وأحمر. ويمكننا القول بأن "التغليف" يرفع معدلات التوزيع بنسبة ٢٥٪ تقريبًا. والأمس كاليوم، فالزبون غالبًا ما يختار بناءً على الشكل الخارجي للأشياء: لا يزال تصميم أدوات الماكياج لديها طريق طويل لتسيره.

لا يمكننا القول بأن لا شيء قد تغير منذ العصر البطولي للاستهلاك. إن عصر "فن التبذير"، والسيارة التي تتربع على عرش الموضة، إذ تتغير موديلات جنرال موتورز في كل عام، وحيث التغيرات التي تتبنى إيقاعات الموضة والنوعية التقنية تبدو خاضعة لانحدار لا يقاوم، استتبع كل ذلك بعض التحولات الواضحة. فاللحظة الراهنة تثمن الراحة والطبيعية والأمان والتوفير والأداء. إذا كانت رينو استطاعت أن تطلق في عام ١٩٨٤ موديل سوبر سانك، بمفهوم جديد بالكامل لكن بخط يقارب خط R5 التي أطلقتها في عام ١٩٧٢، لهو

أمر كاشف على التغير الدائر. وقد قيل تعليقًا على ذلك: "نحن لا نغير موديلاً لاقى نجاحًا"، بقي القول بأن ظاهرة كتلك لا تحدث إلا بسبب خضوعها لحمى التجديد الشكلي. منطق الإنتاج ذي الانتشار الواسع يقترب من قمة السلاسل في رفضه للتنويعات المتسارعة والمنهجة. لم يعد من الممكن دعم فكرة أننا نهمل الأجهزة الإلكترونية، على الأقل في أوروبا، بسبب بعض التغيرات الطفيفة في الألوان أو التصميمات. أما أشكال أجهزة التلفاز والثلاجات فتتغير قليلا، ولم ينجح أي تقديم أسلوبي في الوصول لجعلها تتغير بديناميكية سريعة. كلما ازداد التعقيد التقني، أصبح الشكل الخارجي للأشياء جادًا وبسيطًا. فسلاسل الهاي فاي، وأجهزة الميكروويف تبدو بأشكال نقية وجادة. فحلت نزعة وظيفية مبالغة هاي تك محل التعقيد الطائش للأشكال. لا ترتكز الموضة على لمحة العين التزيينية بقدر ما ترتكز على رفاهية التجديد، ولا على الألعاب الشكلية بقدر ما هي على التقنية.

وفي قلب انتشار الموضة في عالم المنتجات يقبع التصميم الصناعي. وهو ما لا يخلو من المفارقات خاصة حين نتتبع النوايا الأصلية للحركة البادية في بداية القرن العشرين مع إنشاء الباوهاوس في ألمانيا، وفيما بعد في التغيرات التي طرأت على وضعيات التصميمات الأرثوذكسية. يتعارض التصميم، في الحقيقة منذ إنشاء الباوهاوس، مع روح الموضة، ومع الألعاب المجانية التزيينية والجمالية المصطنعة. عدائية مبدئية للعناصر المضافة، والزينة الاصطناعية، إن التصميم المجرد يبحث عن التحسين الوظيفي للمنتجات، والأمر يتعلق بإدخال مظاهر شكلية اقتصادية تعرف "بثرائها اللغوي والسيميائي". التصميم لا يهدف إلى إظهار أشياء مبهجة للعين وإنما لإيجاد حلول عقلية ووظيفية. ليس فنًا تزيينيًا ولكن "تصميم معلوماتي[1]" يهدف إلى خلق أشكال متكيفة مع احتياجات ووظائف وظروف الإنتاج الصناعي الحديث.

نعرف أن هذا التعارض مع الموضة لم يكن جذريًا. أولا لأنه في الولايات المتحدة الأمريكية، حيث التصميم الصناعي يسير بسرعة أكبر، كان يهدف إلى تجميل الأشياء وإغواء المستهلك: في الأسلوبية والزخرفة ومستحضرات التجميل. ومن ناحية أخرى، لأنه حين

---

(1) Henri Van LIER, « Culture et industrie: le designe », Critique, nov. 1967.

مرت المفاهيم الطهرانية للباوهاوس، وأصبح للتصاميم مهام أقل ثورية. البرنامج الوظيفي أصبح أكثر إنسانية وأكثر تواضعًا من حيث "إعادة النظر" فيه[1]، وانفتح على الاحتياجات المتعددة للإنسان الجمالية والنفسية والشعورية.، لقد هجر التصميم وجهة النظر العقلانية الخالصة، حيث يتقلص الشكل إلى المتطلبات المادية والعملية للشيء. "القيمة الجمالية جزء لا يتجزأ من الوظيفة[2]". إذا كان الطموح الأسمى للتصميم هو خلق أشياء مفيدة تتوافق مع الاحتياجات الأساسية، فإن طموحه الآخر هو أن يكون الإنتاج الصناعي "إنسانيًا"، يرضي التطلع إلى سحر مرئي وجمال تشكيلي. في الحقيقة، لا يقف التصميم ضد الموضة بقدر ما يخلق موضة نوعية، أناقة جديدة تتميز بالديناميكية وتنقية الأشكال. إنها موضة ذات نوعية خاصة وظيفيّة، على الأقل، إذا نحينا الخيال الخاص بالتصاميم الجديدة في السنوات الأخيرة جانبًا. وعلى خلاف الموضة التي لا تعرف إلا الأسلوب النمطي، جاء التصميم متجانسًا، إنه يهيئ البيئة من جديد بروح مستمرة من البساطة والمنطق. وهو ما لا يمنع الأشياء من أن تتأسس بأساليب مميزة في العصر ذاته وأن تعرف مصيرًا مختلفًا.

ومع الوقوف ضد الشعورية اللاعقلانية للأشياء، باستخدام مواد جافة، ومع تكريس التقشف التعامدي والهوديناميي (متعلق بالديناميكا الهوائية)، لم ينفصل التصميم عن نظام الغواية، بل ابتكر نمطًا جديدًا منها. لم يختف الاستعراض والاصطناعية، بل أصبحنا ندخل إليها عن طريق الحد الأدني للتزين وعن طريق "حقيقة" الأشياء[3]: إنه السحر المخفي واقتصاد الوسائل والشفافية. غواية باردة وفريدة، بعد الغواية الاستعراضية النزقية والتزينية. تخلص عالم الأشياء، مع ظهور التصميم، من المرجعية للماضي. ووضع نهاية لكل ما ينتمي لذاكرة جماعية لكي لا يكون سوى حاضر راهن بشكل مفرط. ومع ابتكار أشكال معاصرة دون رابط بموديلات قديمة، يعد التصميم أنشودة معاصرة، تثمن، مثلها مثل

([1]) Ibid., pp. 948-950.

([2]) Victor PAPANEK, Design pour un monde réel, Paris, Mercure de France, trad. Franç., 1974, p. 34.

([3]) J. BAUDRILLARD, « Le crépuscule des signes », Traverses, n. 2, Le design, pp. 30-31.

الموضة، الحاضر الاجتماعي. إن تصميم الشيء يبدو بلا جذور، ليس له أى انغماس في بلاغة تخيلية أو أسطورية، بل يعبر عن نفسه بنوع من الحضور المطلق دون إشارة إلى أى شيء سوى نفسه، دون أية وقتية سوى اللحظة الراهنة. لقد انتشر من خلال "هنا والآن"، وفي سمته المميزة لهذا الثقل من الحداثة الخالصة التي تؤسسه وتضيف له المشروعية. ومع ذلك فالتصميم متضمن في المنطق المؤقت كما هي الموضة، ومنطق المعاصرة، يتبدى كمظهر من مظاهر هيمنة الحاضر.

كما ينبغي القول: إن التصميم لم يرتبط بجوهره بالجمالية الجيوميترية أو النزعة العقلانية. كما لم يقتصر على فرض نفسه، منذ وقت طويل، كتصميم أسلوبي بدائي أكثر حميمية من حيث الأشكال والخامات، بل ظهر في نهاية سنوات السبعينيات، اتجاه جديد لإعادة الاعتبارللشعورية والسخرية والوقاحة والخيال في تصميم المنتج. كرد فعل على النزعة الحداثية العقلانية الموروثة من باوهاوس، قدم التصميم الجديد أشياء "بعد حداثية" مثيرة وتكاد تكون لا تستعمل، فأصبح الأثاث عبارة عن ألعاب صغيرة، وأدوات كهربائية ومنحوتات بأشكال لعبية ومعبرة. ومع الاتجاه الشاعري لم يفعل التصميم سوى إعلان أصله المتعلق بالموضة بشكل استعراضي. الخيال واللعب والدعابة، تلك المبادئ المكونة للموضة، أصبح لها الحق الآن في أن تذكر في البيئة الحديثة، لقد نجحت في الذوبان في التصميم نفسه. وهكذا نجد أنفسنا مكرسين للتماشي مع المتضادات الأسلوبية: الأشكال اللعبية والشكل الوظيفي. فمن ناحية هناك الخيال والسخرية، ومن ناحية أخرى، الوظيفية في حدها الأدنى. السيرورة لا تزال في بدايتها والتوحيد غير موجود في مدار الأشياء.

إن القطيعة التي قدمها التصميم والباوهاوس يمكن أن تتوازى مع تلك التي حققتها الأزياء الراقية: ساهم التصميم والموضة الحديثة بشكل مفارق في الديناميكية التاريخية ذاتها، برفضهم للتزيينات المجانية، وبإعادة تعريفهم للأشياء، كما كرست الباوهاوس، من خلال التقشف الشكلي، استقلالية المفاهيم بتأسيس الأشياء، وبنت في عالم الأشياء ما أسسه الخياطون بطريقة أخرى في الملابس، استقلالية المبدأ المتعلقة بالأذواق التلقائية للزبائن وحرية المبدع. حتى وإن تعلق الأمر بالكامل، على خلاف الباوهاوس، بالعقلانية الوظيفية

والاستخدامية. زعزعت الأزياء الراقية التقليد النخبوي والتزييني. بقي أن التصميم بالنسبة للمنتج يعادل، هيكليًا، الأزياء الراقية بالنسبة للملابس. ففي الأساس، هناك المشروع الحديث ذاته المتعلق بالقطيعة مع الماضي، وإعادة بناء كاملة لبيئة متخلصة من التقاليد والخصوصيات القومية، وتأسيس عالم من العلامات مع الاحتياجات الجديدة. ظلت الأزياء الراقية على إخلاصها لتقاليد الرفاهية والمجانية والعمل الفني فيما أخذت الباوهاوس على عاتقها مهمة أن تكون "مفيدة" آخذة في الاعتبار العوائق الصناعية. لكنهما ساهما معًا في الثورة وإلغاء قومية الأساليب، والإعلاء من عولمة الأشكال.

حالت راديكالية التصميم دون اختذاله في مجرد إيدلوجية طبقية. والتشبه بتأثير بسيط وخالص للشروط الجديدة للرأسمالية المتجهة نحو الاستهلاك الجماهيري والمجهود المبذول للبيع. نستطيع الارتكاز على أدب كامل ذى إلهام ماركسي لفك غموض الايدولوجية الإبداعية والإنسانية للتصميم مبرزين انضباطها على لزوميات الإنتاج التجاري وقانون المصلحة. إنه نقد صحيح بشكل جزئي، لكنه يهمل العناصر التاريخية المعقدة لظهور التصميم. إذا كانت التكنولوجيا الحديثة والشروط الجديدة للأسواق والإنتاج تؤخذ في الاعتبار كعنصر مؤثر في انطلاق الظاهرة، فهي لا يمكن أن تكون وحدها سببًا في ظهور الجمالية الوظيفية. من المستحيل ألا نرى كل ما تدين به الجماليات لأعمال الرسامين والنحاتين الطليعيين: التكعيبية والمستقبلية والتركيبية عند "دي ستايل"(1). وكما حاز الفن الحديث على استقلالية شكلية متحررًا من الإخلاص للنموذج، كذلك ارتبطت الباوهاوس بإنتاج أشكال معرّفة أساسًا بتماسكها الداخلي، دون مرجعية لمعايير أخرى سوى وظيفة الشيء. لقد ابتكر الفن الحديث أعمالًا فنية لها قيمة ذاتية، وأطال الباوهاوس من جانبه هذه الحركة بخلق أشياء تكوينيّة. يعد الأسلوب الوظيفي للأشياء هو ذروة الروح الفنية الحديثة وذلك في تمجيده للفائدة والزاوية المستقيمة وبساطة الأشكال، متمردًا على الجمالية الصارخة والزينة. إن البيئة التوظيفية أتمت الثورة الفنية الحديثة ذات الأصل الديمقراطي، التي انطلقت في

---

(1) Raymond GUIDOT, « Et que l'objet fonctionne », Traverses, n. 4, Fonctionnalismes en dérive, pp. 144-145.

سنوات الستينيات من القرن التاسع عشر. إن الفن الحديث كأداة لنفي الموروثات لا ينفصل عن ثقافة المساواة التي تمحو تراتبية النوع والفاعلين والمواد. كذلك الجمالية التوظيفية التي تضمنتها القيم الحداثية الثورية والديمقراطية: نازعين الأشياء من العملية التزيينية، وواضعين نهاية للنماذج الشاعرية للماضي، مستخدمين موادًا "سوقية"؛ إن العمل على المساواة قد قلل علامات التمايز التفاخرية، وشرعن المواد الصناعية الجديدة غير النبيلة، وسمح بالإعلاء من شأن القيم: "الأصالة" و"الحقيقة" للمنتج. إن الاحتفاء بالجمال الوظيفي لا يدين بالكثير للإستراتيجيات الاجتماعية المتنوعة للتمايز بقدر ما يتجذر في التقنيات الصناعية للإنتاج الجماهيري، وفي الاتجاه الطليعي وثورة القيم الجمالية الخاصة بالعصر الديمقراطي.

حمى الاستهلاك أو العقلنة الغامضة

من بين الأعمال التحليلية التي تناولت اتساع شكل الموضة في المجتمعات المعاصرة، هناك مكانة خاصة للدراسة التي أجراها ج بودريارد وذلك لأنه رأى فيها، مبكرًا جدًا، العمود الفقري لمجتمع الاستهلاك، وليس مجرد ظاهرة عارضة. ذلك بابتكار مفهوم للموضة وعملية الاستهلاك، فيما وراء ترسيمة الاحتياجات الوهمية وبتحليلها كمنطق اجتماعي وليس تلاعب ضمائر، ساهم بلا أدنى شك في هدم الثوابت الماركسية ونجح في منحها حيوية ونبلاً نظريين: انتباها للملموس وجذرية للفرضيات. بقيت نصوص بودريارد نقطة انطلاق ضرورية لكل تنظير للموضة في مجتمعاتنا.

بقي القول إن هدم ثوابت الماركسية وإرادة الإمساك بالجديد لم تكن لتكتمل دون التنقيب في كل الإشكاليات المتعلقة بالموضة منذ القرن التاسع عشر: أي الطبقات وتنافسها. يقبع في أساس تحليلات بودريارد، مجهود فك غموض إيدولوجية الاستهلاك كسلوك مفيد لفاعل فرد انتهي بالتمتع والشعور بالرضا لرغباته. إنها إيدولوجية خادعة من وجهة نظره لكونها بعيدة عن العلاقة بالمنطق الفرداني للرغبة، يرتكز الاستهلاك على منطق التقديم والتمايز الاجتماعي. إنها النظرية العزيزة على قلب فابلن، نظرية الاستهلاك التفاخري

كمؤسسة اجتماعية مهمتها دلالة الدرجة الاجتماعية، أصبحت مرجعًا مهمًا، وحازت قيمة كنموذج حتمي للإمساك بالبنية الاجتماعية في الاستهلاك. وهكذا فنحن لا نستهلك أي شيء لذاته أو لقيمته الاستخدامية، لكن بسبب "قيمته الخاصة بتبادل الإشارة"، أي من أجل النفوذ، والوضعية، والدرجة الاجتماعية التي يوفرها. بما وراء الإشباع التلقائي للاحتياجات، ينبغي أن نرى في الاستهلاك وسيلة للتراتبية الاجتماعية، وأن نرى في الأشياء مكانًا للإنتاج الاجتماعي للفروق والقيم الوضعية[1]. إن مجتمع الاستهلاك بعلاماته المؤكدة وسلاسل المنتجات ليس إلا سيرورة من إنتاج "قيم الإشارات" مهمتها تثبيت الدرجة الاجتماعية وإعادة تدوين الفروق الاجتماعية في عصر المساواة الذي ألغى التراتبية الطبيعية. كما أن إيديولوجية مذهب المتعة التي يتضمنها الاستهلاك ليست إلا مظهرًا لتحديد أكثر جوهرية وهو منطق التمايز والتمايز المفرط الاجتماعي. إن السباق على الاستهلاك، وحمى الصيحات لا تجد مصدرها في دافع المتعة، بل تتفعل تحت تأثير المنافسة الوضعية.

في مثل تلك الإشكالية، لا تمثل قيمة الاستخدام للمنتجات ما يدفعه المستهلكون، بل الدرجة والمطابقة والفرق الاجتماعي. والأشياء ليست إلا واجهة لعرض المستوى الاجتماعي" معبرة وفاصلة اجتماعيًا، كعلامات على التطلع الاجتماعي. إنه منطق الشيء العلامة الذي دفع بالتجديد المتسارع للأشياء في تركيباتهم تحت عباءة الموضة: فما من زوال أو ابتكار ممنهج إلا بغرض إنتاج تمايز اجتماعي. وتتعلق النظرية الأكثر تناقضًا في الموضة بأن مبدأ الزوال يكمن في التنافس الرمزي للطبقات؛ والتجديدات الصارخة للموضة وظيفتها إعادة خلق المسافة بغرض إقصاء أكبر عدد ممكن، غير قادر على ملاحقتها سريعًا، وتمييز الطبقات المميزة، لبعض الوقت، القادرة على احتذائها: "التجديد الشكلي للأشياء ليست نهايته عالما مثاليا لكن مثال اجتماعي، عالم الطبقات المرفهة الذين يجددون باستمرار مميزاتهم الثقافية[2]". إن جديد الموضة هو علامة مفارقة قبل أي شيء آخر، "رفاهية الأثرياء

([1]) J. BAUDRILLARD, Pour une critique de l'économie politique du signe, Paris, Gallimard, 1972.

([2]) J. BAUDRILLARD, op. cit., p. 34.

بالوراثة". تتفاعل الموضة مع الجميع لتضع كلاً في مكانه. إنها واحدة من التنظيمات التي تعيد تعريف الأفضل، وتؤسس تحت اسم إلغاء عدم المساواة الثقافية والتمييز الاجتماعي."(1). تعيد الموضة إنتاج الفصل الاجتماعي باعتبارها وسيلة تمييز بين الطبقات، وتساهم في الأسطورة الحديثة التي تواري مساواة غير موجودة.

تلك التحليلات الكلاسيكية تكشف عن أسئلة بلا حصر. لكن الأساس بالنسبة لنا فيما نتج عن انتشار الموضة المكتملة أنها غضت البصر عن الوظيفة التاريخية الحقيقية للنمط الجديد للانتظام الاجتماعي الجديد ذى القاعدة غير المستمرة من الغواية والاختيارات المفرطة. لا يمكن أن نفكر في إنكار أن الأشياء تستطيع أن تكون، هنا وهناك، معبرات اجتماعية وعلامات تطلع، كما يجب أن نقر بالفكرة القائلة بأن الاستهلاك الجماهيري محكوم بشكل أساسي بعملية تمييز وتمايز وضعي، يتعرف من خلال إنتاج قيم تشريفية وتفاخر اجتماعي. إن الأصالة التاريخية الكبرى لانطلاقة الاحتياجات تتمثل تحديدًا في انطلاق سيرورة نحو اتجاه الاستهلاك ليكون غير ممايز اجتماعيًا، وفي تراجع التميز الأزلي لقيمة وضعية الأشياء لصالح القيمة المهيمنة على المتعة الفردية وعلى الشيء المستخدم. هذا القلب في الاتجاه هو ما يميز الموضة المكتملة. فلم يعد الأمر أننا نحتذي الأشياء لنحظى بنفوذ اجتماعي، وكي ننفصل عن المجموعات الاجتماعية الدنيا ونلتحق بمجموعات اجتماعية عليا. ولم يعد الهدف من الأشياء المشروعية والتمايز الاجتماعي بقدر ما أصبح الإشباع الخاص واللامبالاه تجاه حكم الآخرين. ولم يعد الاستهلاك نشاطا منظما بالبحث عن الاعتراف الاجتماعي، بل أصبح ينتشر بناءً على الرغبة في الهناء والفاعلية والمتعة ذاتها. كف الاستهلاك عن أن يكون منطق تقديم اجتماعي، وتأرجح في نظام الفائدة والخصوصية الفردية.

صحيح أنه في بداية انطلاقة الاستهلاك، كانت الأشياء الأولى مثل أجهزة التلفاز والسيارات تشترى أحيانًا كعناصر لإظهار النفوذ ولاستثمار قيم اجتماعية ممايزة أكثر من قيم الفائدة. لكن من الذي يؤكد أن هذا العصر قد انتهي؟ أو أن الأفراد في أيامنا هذه يرون في

(1) Ibid. p. 40

الأشياء ضرورة طبيعية؟ حتى الأشياء الجديدة التي ظهرت في الأسواق (الحاسوب الصغير والميكروويف وغيرها) لم تصل لتكون أجهزة لإظهار الدرجة الاجتماعية، بل تم امتصاصها من قبل المطلب الجماعي المتعطش ليس للتمايز الاجتماعي وإنما للاستقلالية والتجديد والمعلومات. فالتمثيل الاجتماعي لم يعد على الخارطة، بل التعطش للاستعراض، وذائقة الاستقلالية وتقديس الجسد وهذيان الحواس. نحن نستهلك من أجل الخدمات الموضوعية والمفيدة، وهكذا ستذهب النزعة الفردانية النرجسية، التي لا تتعلق بتطور الهلع النفسي والجسدي، لكن بعلاقة جديدة بالآخرين وبالأشياء. إذن، من الخطأ تقديم الاستهلاك كمساحة يديرها تعارض التمايز الاجتماعي بقدر ما هو "التنافس في حده الأدنى" وحرب الرغبات التي يكون فيها كل شيء ضد كل شيء[1]. إن تحرر تيارات المحاكاة والمساواة في الظروف لا تقود إلى مزيد من التنافس بين البشر، بل على العكس، نحن نشهد على تقليل أهمية نظرة الآخر في سيرورة اقتناء الأشياء في عالم الاستهلاك. قللت النرجسية الجديدة اعتمادنا على الافتتان بالمعايير الاجتماعية وأضفت الفردانية على علاقتنا بالدرجية، لم يعد ما يهم هو رأى الآخرين بقدر ما أصبح متطلبات اللحظة والبيئة المادية والمتعة الذاتية.

لا يعني ذلك أن الأشياء فقدت قيمتها الرمزية وأن الاستهلاك تخلص من كل منافسة اجتماعية. فإنه في بعض الحالات يكون شراء سيارة أو منزل إضافي بغرض إظهار النفوذ الاجتماعي. ما نعرفه أن منتجات الرفاهية لم تعانِ من تلك الأزمة: فدائمًا ما تكون مرغوبة ومثمنة، فهي تكشف استمرار شفرة التمايز الاجتماعي عن طريق بعض المنتجات. لكن الاستهلاك التفاخري لا يؤخذ باعتباره نموذجًا للاستهلاك الجماهيري، بل إنه يرتكز على القيم الخاصة للراحة والمتعة. نحن نعيش في عصر انتصار قيم الاستخدام على قيم الوضعية والدرجة الاجتماعية. والمتعة الشخصية على القيم التشريفية. وهو ما وضع أهمية كبيرة على نوعية الأشياء وعلى الحلم والشعور أكثر من قيم الطبقة الاجتماعية.المؤكد أنه ليس فقط ظهور النزعة الاستهلاكية المعاصرة ولكن الإعلان ذاته يركز على صفات المنتج، الحلم

[1] Paul DUMOUCHEL et Jean-Pierre DUPUY, L'Enfer des choses. René Girard et la logique de l'économie, Paris, Ed. du Seuil, 1979.

وإدراك مميزاته: "الهيمنة والسيطرة على الطريق وإخضاعه لقوة الآلة الهائلة، ولكن بصفة خاصة من خلال ذكائه المذهل". لمس، ومداعبة عجلة القيادة والشعور باستجابتها بنعومة Golf.GTTA. إنها الراحة التامة مع جولف.

كان هناك وهم في نقض الاقتصاد السياسي: لقد أتمت الموضة المكتملة قيم الاستخدام. إننا في عصر قيمة الاستخدام/ وضمان الفائدة، والاختبار، والعلاقة بين النوعية والسعر. فنحن نرغب في أجهزة تعمل وتضمن نوعية جيدة وراحة واستمرارية. وهو ما لا يعني ارتباط الاستهلاك بأبعاد متعددة نفسية وبالصور. إن صورة المنتج ليست إلا صورة بين غيرها من الصور. فنحن نستهلك، عبر الماركات والأشياء، ديناميكيات وأناقة ومقدرة وذكورة وأنوثة وعمر ورفاهية أمان وطبيعة، محتذين صورًا تنعكس على اختياراتنا فيما لا تكف أذواقنا عن أن تكون فردانية. ومع سيطرة الصور المتغايرة والعديدة، فإننا نخرج من تميز منطق الطبقات إلى عصر الدوافع الحميمة والوجودية للتطلعات النفسية للمتعة في حد ذاتها، ونوعية المنتجات وفائدتها. حتى كفاءة المنتجات لا تعكس اهتماما بالدرجة الاجتماعية بقدر ما تعكس اتجاه النرجسية الجديدة الممتع، وتعكس شهية متزايدة للنوعية والجمال في درجات اجتماعية بعينها، إذ تحجب "جرعة جنون" عن بعض المجالات وتوفرها في مجالات أخرى، إلى جانب متعة التميز التقني والنوعية والراحة المطلقة.

غالبًا ما نلوم على النزعة المادية التي سيطرت على مجتمعاتنا. لماذا لا نشير إلى أن الموضة المكتملة قد خلصت الإنسان، في العصر ذاته، من هذه الأشياء؟ وسط نفوذ قيمة الاستخدام، لم نعد مرتبطين بالأشياء، فنحن نغير بسهولة المنزل والسيارة والأثاث؛ إن العصر الذي كرس الأشياء اجتماعيًا هو ذاته الذي نتخلى فيه عن الأشياء بسهولة، فنحن لم نعد نحب الأشياء لذاتها ولا لما توفره من درجة اجتماعية بل لما تمثله من فائدة واستخدام، إنها فائدة متبادلة تمامًا. فما نمتلكه، نبادله. وتكشف علاقتنا بالأشياء الآن حبًا متواريا ومفارقا. كيف يمكن أن نواصل الحديث عن التحرر في عصر يسلم فيه الأفراد ملكيتهم إلى الأشياء؟ كلما تطور الاستهلاك؛ أصبحت الأشياء وسائل غير مفرحة، مجرد أدوات، ليس إلا، هذا ما نعيشه في مقرطة العالم المادي.

يساهم ذلك في تبني منظور مختلف عن الدور التاريخي للموضة المكتملة. دون أن يبدو عاملاً لإعادة إنتاج التمايز والفروق الاجتماعية، سمح نظام الموضة، أكثر من أي ظاهرة أخرى، بمواصلة الاستعراض الأزلي لانتصار الاستقلالية الفردية. إنه وسيلة لفردنة الأشخاص وليس لاستعادة الدرجة الاجتماعية. ومع مأسسه الزائل، وتعدد إمكانية الأشياء والخدمات، جعل الميناء النهائي للموضة فرص الاختيارات الفردية متعددة، وساعد الفرد على تلقي الصيحات الجديدة وتأكيد التفضيلات الذاتية: لقد أصبح الفرد مركزًا للقرار المستمر، فاعلًا منفتحًا ومتحركًا من خلال المنتجات والأسواق. حتى إن البيئة اليومية باتت ينظر إليها من الخارج عبر وسائط بيروقراطية مخصخصة، كل من تحت سيطرة الموضة أصبح فاعلًا لحياته الخاصة، ومحركًا حرًا لوجوده من خلال الاختيار المتعدد الذي نسير وسطه. تعني إمبراطورية الموضة في العالم أجمع مستويات حديثة، ولكن لمصلحة التحرر وإلغاء المعايير على المستوى الذاتي. لم تلحظ التقاليد النقدية الثورية القدرة الذاتية للفرد، مستنفذة بمشروع فك غموض إيديولوجية الاستهلاك، والتي دفع بها مذهب اللذة الجماهيري الذي يعد المركز الأساسي للموضة المكتملة. ويصبح من الخطأ ألا نرى في مذهب السعادة الجديد سوى وسيلة للتحكم الاجتماعي والتلاعب المفرط فيما هو عامل لعدم التحديد والتأكيد للفردانية الخاصة. كتب ماركوس دون مواربة: "إن هيمنة المجتمع على الفرد أكبر من أي وقت مضى...فلم يعد هناك تعارض بين الحياة الخاصة والحياة العامة، بين الاحتياجات الاجتماعية والفردية[1]"، فيما انطلقت موجة فردانية مفرطة أثرت على جميع مجالات الحياة الخاصة. إنه تحليل أعمى لحركة الحداثة الاجتماعية حين نلاحظ اليوم السيرورة الاستثنائية لتحرر الحياة الخاصة للأفراد في علاقاتهم الجنسية والحياة العائلية والمنافسة النسائية والإنجاب والملابس والرياضة والعلاقات المتبادلة. وقد حفزت ثقافة المتعة كل فرد ليكون سيدًا لحياته وإلى الاستقلال بذاته في علاقاته بالآخرين وأن يحيا ذاته أكثر من ذي قبل.

---

[1] Herbert MARCUSE, L'Homme unidimensionnel, Paris, Ed. de Minuit, 1968, p. 16 et p. 21.

اقتلع اقتصاد الطيش المعايير والسلوكيات التقليدية من جذورها، لقد عمم روح الفضول، ومقرطة الأذواق والرغبة في الجديد في كل مستويات الحياة وكل الطبقات الاجتماعية. ونتج عن ذلك نمط فرداني حر. حتى إن الزوال قد غزا حياتنا اليومية، وباتت الابتكارات أسرع وأفضل تقبلًا. لقد ولدت سيرورة الموضة عميلًا على شاكلتها: الفرد المساير للموضة، دون رابط عميق، ومتحرك وفقًا للشخصية والأذواق المتغيرة. والأدلة معروفة لماذا كل هذه النفقات على الدعاية والإعلان؟ هناك لا عقلانية هائلة تقبع في وسط العالم التكنوقراطي. من المفارقات أن رد الفعل يعود على الفعل، وأن الفكر الانتقادي يصبح ضحية للسطحية. وهذه هي الشجرة التي تخفي الغابة": "كيف نقيّم كل ما يمثل التطور لمجتمع حديث، عقيدة مرنة، نمط جديد للشخصية المنفتحة على العالم؟ كيف يمكن لمجتمعاتنا أن تتموضع في نفس المرحلة مع التغيرات التي لا تتوقف وتدير التكيف الاجتماعي المنشود، إذا كان الأفراد خاضعين لمبادئ لا تتغير، وإذا كان الجديد لم يحظ بمشروعية كبيرة؟ إن مجتمعات الابتكارات المنخرطة في المنافسة الدولية بحاجة ماسة إلى سلوكيات سلسة وعقليات منفتحة. لابد أن تتجاوز هذا التحفظ الأخلاقي ضد الموضة: ففيما وراء لا عقلانيتها وإسرافها تساهم في تأسيس أكثر عقلانية للمجتمع؛ لأنها تجعل الأفراد اجتماعيين أكثر إزاء التغيرات وإعادة التدوير الدائمة. يعد شكل الموضة أداة للعقلنة الاجتماعية، عقلنة لا مرئية. لا تقاس ولكن لا يمكن إحلالها بأخرى لأنها تتكيف سريعًا مع الحداثة. وكي نسرع من السيرورة الحالية ونؤسس لمجتمع مسلح في مواجهة المتطلبات المتغيرة بلا كلل ولا ملل في المستقبل. يؤسس النظام المكتمل للموضة المجتمع المدني في حالة من الانفتاح في مواجهة الحركة التاريخية، ويبتكر عقليات ذات هيمنة سلسة وجاهزة، من حيث المبدأ، لمغامرة الجديد المتحررة.

ومع ذلك فميناء الموضة المكتملة يلاقي صعوبات في التكيف مع المجتمع، والخلل في الديمقراطيات. إن الأفراد المتجهين لمبدأ المتعة غير مستعدين للتخلي عن المميزات التي يتمتعون بها (الرواتب والمعاشات ومواعيد العمل)، أو أن يسمحوا بأن يهبط مستوى معيشتهم وأن يتقبلوا التضحيات، ويكتفوا بمطالبات فئوية بحتة. إن الموضة المكتملة لا تبالي بالمنافع العامة، والأولوية الممنوحة للحاضر على المستقبل، وصعود النزعة الخاصة

والاهتمامات الجسدية. ترتبط حركة الاهتمام بالجسد التي اجتاحت المجتمع بالأزمة الاقتصادية وعصر الفردانية الجديد الذي أُعيد تشكيله من قبل الموضة. لم تعد الصراعات الاجتماعية الأكثر ضراوة في هذا العصر تتوجه نحو أهداف شاملة لاهتمامات عامة، ولكن نحو الغزو أو الدفاع المحلي جدًا. وهي تترجم الوعي وأيدولوجيات الطبقات، وهيمنة الأنانية الطبقية على البحث عن انتصار اجتماعي للمجموع. إن التطلع الفرداني الجديد يموه هوية المجموعات والتضامن بين أصحاب الطبقة الواحدة، وهي تتجاهل العوائق الاقتصادية، وتدفع نحو وضد كل أنواع الدفاع والحماية الطبقية ورفض الحراك. هيكلة جديدة للمرتبات والطلاب والمهن المصانة بقوانين قديمة والعديد من المظاهر الأخرى التي يجب ألا نهمل قدرتها على تجميد ديناميكية التغيير. وزعزعة الهوية وتأخير التحولات الحتمية التي تتطلبها الديمقراطيات والمنافسة الدولية. ينبغي أن ننتبه للطبيعة المتناقضة للمسيرة التاريخية للموضة المكتملة: فهي: من جانب، تولد سلوكًا إيجابيًا إزاء الابتكارات، ومن جانب آخر، تجمد حركة المجتمع. لقد سرّع مجتمع الموضة من اتجاهات الحراك الاجتماعي، ودفع بالمتناقضين: الحداثة والمحافظة.

إن التأثيرات الثقافية والاجتماعية للموضة المكتملة تظهر في صور مختلفة وفقًا لسمات وقتية كانت لها الأولوية. حيث إنه، على المدى القصير، ساهمت الموضة في الثبات والسلوكيات الدفاعية وتدعيم النزعة التراتبية. وبشكل أعمق، فإن العصر الطائش للمجتمعات المتحررة جعل السلوكيات أكثر سلاسة وشرعن الحداثة والتكيف والحراك. ونلاحظ الاستقبال العام المتحفظ لأصعدة الموضة المختلفة، و"حكمة" الدول المعاصرة والحكمة النسبية للفاعلين في المجتمعات إزاء الأزمة الاقتصادية، حتى وإن كان هذا الوعي يتفعّل بنوع من التأخير. ومهما كان التجميد والمقاومة التي شهدناها، إن الهيمنة النهائية للموضة سمحت للديمقراطيات المختلفة بتسريع ديناميكية الحداثة.

المشكلة المتعلقة بالأمم تتمثل في أنه في مواجهة هذا الحراك الذي تتطلبه المنافسة العالمية. لا يتعامل الجميع معه بالأسلحة ذاتها، كما أنهم لا يمتلكون القدرات الدفاعية ذاتها إزاء هذا الشكل الجديد من الحروب، الذي يعد حرب العصر. إن الاهتمامات الجسدية

وتطلعات الراحة ومطلب الأمان والحماية ليس لها الثقل ذاته، ولا تعيق ديناميكية التغيير بالطريقة ذاتها في كل مكان. لقد وجهت الموضة، نظريًا، المجتمعات المعاصرة في الطريق التاريخي المناسب، وعلى المستوى العملي تطلق نوعًا من التأخير في بنية المستقبل. الهيئة السياسية هي المسئولة عن إدارة الطبيعة المتناقضة لتأثير الموضة المكتملة: تحسين إمكاناتها الحديثة، والحد من مظهرها المحافظ. في الأمم التي تفتقد التقاليد الليبرالية القوية، الدولة تتحمل المسئولية التاريخية لتنفيذ هذا المشروع الحيوي في أقرب وقت: معالجة العجز في الحداثة باستخدام قوة شرعية التغيير.الانتقال السريع من حداثة منشودة ولكن محل خشية إلى حداثة فعّالة ودون تمزق اجتماعي كبير، تلك هي المهمة الأكبر للحكومات الغربية، إذا كانت هناك رغبة في ألا نحتل المرتبة الأخيرة في المنافسة نحو المستقبل. من الواضح، أن التحديث، في المجتمعات شديدة الفردانية التي تركز على الزمن الحاضر، لايمكنه أن يفرض نفسه بقوة وبقرارات من أعلى. إن النفوذ الجماهيري لابد وأن يحضر للمستقبل مهتمًا بالحاضر وهو الأمر الضروري على المدى البعيد لمجتمعاتنا، إذ لابد وأن تحقق التوازن الاجتماعي بين حتمية المستقبل ومتطلبات الحاضر. وتجد الدولة نفسها مكرسة إجباريًا لتسريع المرونة والتنافسية في المجتمعات، متخيلة حلولًا جديدة بين ضرورة الوجود في وضع مناسب في تلك الحرب، ومطلب الحياة في اللحظة الراهنة للأفراد.فمن ناحية، توسيع أوروبا ودعم التنافسية بين المجتمعات وتشجيع الاستثمار ومن ناحية أخرى، التفاوض من أجل السلام الاجتماعي وابتكار مواءمات مناسبة لجميع الشركاء.

هيمنة الجديد

إن أسباب فرقعة اقتصاد الموضة واضحة. تعد انطلاقة التقدم العلمي يصاحبها نظام التنافس الاقتصادي... إلخ، هي أساس عالم الزائل المعمّم، بلا شك. فتحت عباءة ديناميكية لزومية المصلحة، ابتكرت الصناعات منتجات جديدة، وجددت بشكل مستمر لتزيد من غزوها للأسواق، ولكسب زبائن جديدة وتشجيع الاستهلاك. إن الموضة المكتملة هي خيط من خيوط الرأسمالية. إن تطور الرغبات في الموضة يستدعي استفسارات أكثر عمقًا. لماذا

تبتلع الابتكارات الصغيرة التي لا تحصى الأسواق؟ وما الذي يحدث كي تتقبلها الأسواق بهذه الطريقة؟ إن الإجابة السوسيولوجية تستحق أن تكون واضحة: إن المنافسة بين الطبقات واستراتيجيات التمييز الاجتماعي هي التي تدعم وتصاحب ديناميكية الوفرة. بالنسبة لهذا النمط من التحليلات ينبغي أن نندهش إذا لاقت الابتكارات زبائن دائمين. سواء بتكييف الإنتاج مع أذواق الجمهور، فإن "معجزة التواصل" الذي يحدث بين الإنتاج وسوق الاستهلاك، هو تأثير "تزامن موضوعى لمنطقين مستقلين نسبيًا" لكنهما متماثلان وظيفيًا: فمن جانب لدينا منطق المنافسة الذي دخل إلى عالم الإنتاج ومن ناحية أخرى منطق الصراعات الرمزية واستراتيجيات التمييز بين الطبقات الذي يحدد أذواق الاستهلاك[1]. العرض مثل الطلب يقومان هيكليًا على الصراعات التنافسية المستقلة نسبيًا والتي تجعل المنتجات تجد مستهلكيها في كل لحظة. إذا تماشت المنتجات الجديدة المؤسسة في حقل الإنتاج مع الاحتياجات، فذلك لا يعود إلى تأثير مبدأ الفرض وإنما إلى "اللقاء بين نظامين مختلفين" منطق الصراعات الداخلية في الإنتاج من جانب، ومنطق الصراعات الداخلية في الاستهلاك من جانب آخر. تنتج الموضة من هذا الالتقاء بين الإنتاج المايز للمنتجات والإنتاج المايز للأذواق الذي يجد مكانته في الصراع الرمزي بين الطبقات[2].

إن الاستراتيجيات المايزة للطبقات، مع كونها متوافقة مع سيرورة الإنتاج الرأسمالي، إلا أنها لا تكفي لفهم إنتاج يعاد تشكيله بفعل الموضة. في الواقع، يجب شرح ظاهرة ملايين إصدارات السيارات، والمشروبات الغازية التي لا تعد ولا تحصى، شبكات الهاى فاى، السجائر، زحافات التزحلق، شنابر النظارات، من منطلق من آليات التمييز بين الفئات المختلفة. فلنفسّر زيادة عدد نجوم الغناء واسطوانات المنوعات على أساس التمييز والمطلب الاجتماعي. لن نفهم أبدًا الاستقرار الدائم للموضة المكتملة في مجتمعاتنا دون أن نمنح القيم الثقافية الدور المنوط بها والذي لم تكف الماركسية والنزعة السسيولوجية عن تنميته. كيف لتلك المنتجات التكميلية العديدة والأجهزة الإلكترونية أن تلاقي هذه الانطلاقة إذا لم تكن

([1]) Pierre BOURDIEU, La Distinction, Paris, Ed. de Minuit, 1979, pp. 255-258.

([2]) Ibid., p. 259.

تشبع رغبات السعادة عند الخاصة والأذواق الحديثة للتسهيلات المادية، والتعطش لتوفير الوقت[1]. وإلا فكيف نفهم النجاح الساحق لأجهزة التلفاز والهاي فاي وغيرها من المنتجات الإلكترونية ؟ وكيف نفهم نجاح السلاسل دون أن نربطها بقيم الديمقراطية وفردنة الأذواق ورغبات الأفراد في احتذاء منتجات حسب الطلب تتوافق مع تفضيلاتهم الخاصة. إن سيرورة الموضة التي تحكم الاقتصاد أقل تبعية لتعارض الطبقات بقدر تبعيتها للهيكل الاجتماعي، ويتمثل تأثير كل التوجهات في جعل الديناميكية ممكنة، ديناميكية التجديد والتعددية.

كيف لا نركز على ما يعود على التنافسية الجديدة للطبقات والقليل من الأشياء ما يمكن مقارنته بتأثيرات تلك الدلالة الاجتماعية التي تدفع بالذوق المايز وما يسرّع الشعور بالملل من التكرار وتفضيل التغيير. ولم تعد مستلزمات الطبقة الاجتماعية في أساس مطلب الموضة بل التعطش لكل ما هو جديد. إن شفرة الجديد في المجتمعات المعاصرة لا تنفصل عن تقدم المساواة في الظروف بين الجنسين والمطالبات الفردية. لعدة قرون، كانت هذه الروح مشتركة بين نخبة المجتمع الأرستقراطي والبرجوازي، وهي الآن منتشرة في جميع المستويات الاجتماعية. ومما لا شك فيه أن الإنتاج الضخم ساعد على وضع تطلعات جديدة، فقد ساهمت عوامل أخرى بشكل كبير. وأصبح " الجديد" في المجتمعات المعاصرة قانونًا لا يمكن فصله عن التقدم وتحسين الظروف والمطالبات الفردية. كلما انعزل الناس بعيدا وزادت قدرتهم على استيعابهم لأنفسهم، وجدت الأذواق والانفتاح على الموضات الجديدة. ويسير التجديد بالتوازي مع الاحتياجات الشخصية واستقلاليتها. بالفعل، في نهاية العصور الوسطى ارتبطت الموضة بتطلعات الفرد الشخصية وبالتأكيد على الشخصية المستقلة في مجتمع الأيديولوجية الأرستقراطية. وقد تفاقمت هذه العملية فقط مع عهد المساواة والديمقراطية الفردية. وقد أكد "توكفيل"، بشدة على أن الديمقراطية الفردية هي مقبرة للعهد الماضي: كل فرد حر يأمل في التخلص من كل ما يربطه بالماضي. فالخضوع لقواعد تقاليد غير قابلة للمناقشة لا تتفق مع من يكون سيد نفسه. "يمكننا أن ننسى بسهولة

---

(١) الآن، ٧٠٪ من محفزات شراء الميكروويف ترجع إلى سرعته مقارنة بالفرن العادي.

الذين سبقونا" بينما تراث الأجداد غير مؤهل لنشأة وتطور الفكر الاقتصادي، وفي المقابل يأتي الحاضر بمعاييره المتغيرة التي تظهر على شكل خطوط منتقاة، لا تفرض نفسها من قبل سلطة، لكن بالإقناع .بالخضوع للقوانين الجديدة، "مواطن العصر الحديث يفخر بتمتعه بحرية الاختيار بين المقترحات التي قدمت له"[1]: في حين طاعة الوصفات القديمة يتناقض بالتأكيد مع الحكم الذاتي للفرد، وعبادة المستحدثات تعزز الشعور بالاستقلال، بالحرية في اختياراته وتحديدها بنفسه بدلًا عن الاستناد إلى اختيارات جماعية سابقة، لكن وفقا لإحساسه وعقله مع النزعة الفردية الحديثة، وجد " الجديد" مكانته بالكامل: بمناسبة كل موضة، يولد شعور بالتحرر الذاتي والتخلص من عادات الماضي. مع كل مستحدث، نتخلص من الجمود، ويمر هواء منعش وجديد، منبعًا للاكتشافات، ولمشروعات ذاتية. ونفهم لماذا، في مجتمع أفراده يميلون للحكم الذاتي الخاص، تكون جاذبية الجديد قوية: لأنهم يعتبرونه أداة "للحرية " الشخصية، وتجربة لمحاولة العيش، مغامرة صغيرة للذات. الفردية والحداثة يتماشيان معًا: الحداثة تتفق مع التطلع إلى الاستقلالية الفردية. إذًا هو الدافع وراء الطراز الأول للموضة، بمنطق الرأسمالية، بل هي أيضًا بمنطق القيم الثقافية التي مجدتها مجتمعات الدول الديمقراطية.

---

(1) Gabriel DE TARDE. Les Lois de l'imitation. op. cit., p. 267.

(٢)

توحش الإعلان

للإعلان أسبابه في رؤية مستقبله ورديًا. في حين أن الحجم الإجمالي لنفقات الدعاية في زيادة مطردة وهي لم تتوقف عن غزو مساحات جديدة: تليفزيونات الدولة، المؤتمرات، الفعاليات الفنية والرياضية، الأفلام، المنتجات بجميع أنواعها، التي-شيرتات، الألواح الشراعية، مع انتشار العلامات التجارية في كل مكان نمر عليه تقريبا في حياتنا اليومية. الإعلان بلا حدود: عرفنا حملات لـ"منتجات حرة " أى منتجات دون علامة تجارية، الآن يقومون بالإعلان على خطوط التليفون، وملء الفراغات في أسطوانات ٣٣ لفة، وتخصيص أماكن للصلاة في مجمعات السوبر ماركت، كما تنظم حملات دعاية لبيع أسهم الشركات التي دخلت في إطار الخصخصة. هكذا لمعت الإعلانات وأصبح لها بريقها. بهذا المنطق، انتشرت بتوسع ولبت احتياجات الكثيرين: أحبها الأطفال، والأكبر سنًا يكتمون رغباتهم في أشياء هم محرومون منها، وعدد من لديهم صورة إيجابية عنها في تزايد مستمر. الإعلانات دخلت المتاحف، التي تنظم معارض للملصقات الدعائية، وتمنح جوائز تميز وتباع صورها المطبوعة على بطاقات بريدية. ثم انتهى عصر الدعاية وعاش عصر الاتصالات الإبداعى. لقد اقتحمت الإعلانات عالم الفن والسينما وبدأت تحلم باحتضان التاريخ.

الأحزاب السياسية والإدارات الحكومية الكبيرة والحكومات أنفسها تعتمد على الإعلانات: منذ عام ١٩٨٠، أصبحت الحكومة الفرنسية المعلن الأول. وتطورت الإعلانات على نحو متزايد جنبًا إلى جنب مع الترويج للعلامات التجارية، كما أُطلقت حملات واسعة النطاق للتوعية بسلامة الطرق، والعمالة والنساء، توفير الطاقة والمسنين.

الـشركة الوطنيـة للـسكك الحديديـة، التليفـون، المـترو، مكاتـب البريـد، تـستفيد بمزايـا الاتصالات. للإعلانات الاستراتيجية التي اكتست بهـا الأرض. الإعـلان ولـيس الدعايـة: هناك عالم يفصل بين هذين الشكلين من أشكال الاتصال الجماهـيري. الإعـلان يعتمـد عـلى الصورة المبتكرة التي تدخل في شِباك الموضة: على العكس من المنطق الشمولى فهـو يـسبح في عنصر التسطيح والإغواء التافه، في الخيال والحيل، على نقيض السيطرة الكاملة التي تعود إلى العديد من الأشكال غير المعقولة من العقليـة التجاريـة والـسياسية، ونبـدأ في فهـم الموقـف والتأثير الديمقراطي على معطيات الإعلان.

إعلانات أنيقة وصادمة

سلاح أساسي للإعلان: المفاجأة، وغير المتوقع. الدعاية تعمل بـنفس مبـادئ موضـة الأزياء: الابتكار، والتغيير المستمر، ثم الاختفاء. حملة الإعلان في فرنـسا تمتـد مـن سـبعة إلى أربعة عشر يومًا في المتوسط. بالاستمرار في تقـديم إعلانـات جديـدة، وصـور جديـدة، بـلا توقف. حتى عند تكرار الشعارات فإن السيناريوهات والصور تتغير. المنافسة بين العلامات التجارية والصناعات تدخل في سباق لا نهاية له من البحث عـن الجديـد والمختلـف لجـذب انتباه المستهلكين والاحتفاظ بها في ذاكرتهم.مع حتمية الجديد الذي مع ذلك، يحترم القاعـدة التقادمية للقراءة الفورية للرسائل ومتطلبات اللحظة.هذا لا يمنع الدعاية من الإخلال بعدد من الاتفاقيات، وأن تستفيد من تطور مهارات الاتصال وتقنيات الإبهار.يقول بول بـوارى : أي موضة بها تجاوزات والإعلانات من جانبها لا تتراجع أمام جنون الخيال (غراس جـونس يلتهم سى اكس) والمبالغة (" الزمن لا يملك شيئا ضدنا ") و"أمريكا هي بيبسى "، كما أنهـا أداة اتصال يغلب عليها اللعـب والفكاهـة "غـدا سـأخلع جـوربى" والهياكـل العظميـة في إعلانات الجينز رانجلر، الفيزا التي تـسقط مـن حاملـة طـائرات: الإعلانـات هـي حـديث الموضة، تعتمد مثلها على تأثير الصدمة، على التجاوزات الـصغيرة والمـشاهد الاستعراضـية. تحيا فقط لتكون ملحوظة دون الوقوع في خطأ الاستفزاز.

هذا لا يستبعد العديد من الحملات التي قامت بشكل واضح لإقناع المستهلك على أساس من مصداقية الرسائل. تاريخيا، تسعى الإعلانات إلى التعبير عن وسائل الإقناع التي تؤكد جودة لا تضاهي من المنتجات ("أومو يغسل أكثر بياضًا")، من خلال شهادة النجوم أو أفراد من "شرائح المجتمع". هذا النوع من الإعلانات يمكن أن يقود بورستين إلى تأكيد أن الإعلان يقع "ما وراء الحق والباطل"، إلى "الاحتمال"(1) وليس "الحقيقة": تقديم وقائع يمكن التحقق منها، ومن المحتمل أن تكون تقريبًا صادقة. ما زال ما نراه في الوقت الحاضر هو مع ما يطلق عليه الأنجلو ساكسون "سبب للاعتقاد"(2) عندما تكون الثانى تسعى إلى بذل المزيد من الجهد "عملنا لمدة اثنين وثلاثين عامًا" . الأمر يستدعى تقديم الحجج المعقولة، سبب للتصديق. ولكن كل المؤشرات تدل على أن هذا الاتجاه يتراجع الآن: وعلى الإعلان أن يكون أقل إقناعا من إثارة تلك الابتسامة، الدهشة والترفيه. البيانات لا تكون حقيقية ولا كاذبة. إنه عصر الدعاية الإبداعية، والاستعراض: المنتجات يجب أن تتحول إلى نجوم و"كائنات حية" ذات أسلوب وشخصية(3). لم تعد المنتجات المعروضة مجهولة الشخصية ولكن يوجد تواصل بينها وبين العلامة التجارية التي تستثمر في الإعلانات من خلال شخصيات معروفة أو جذابة أحيانًا، صورة الرجل الرزين الهادئ في إعلان مارلبورو، والسيدة العاملة في حملة تحرير المرأة، وكما قال سيجيلا " إن الإعلان الحقيقى هو ما يطبق نظام النجوم، إذا فالحقيقة أن المظاهر مهمة في الإقناع والجذب.

الإغواء يأتى في المقام الأول. حتى ذلك الحين، يخضع الإعلان للقيود التي يفرضها التسويق، وعليه الرضوخ للعقلانية الجدلية التي تبررها الوعود الأساسية. في ظل هذه الاستراتيجية. كان على الإغواء أن يتوافق مع حقيقة البضاعة، وعرض مزايا وجودة المنتج. مع هذه الشعارات الزائدة والتفسيرية، يفرض اللامعقول نفسه ويقود إمبراطورية الإغراءات. الإعلان المبتكر يحتل اليوم مساحة كبيرة، ويعطي الأولوية للخيال، الإغواء حر

(1) Daniel BOORSTIN, L'Image, Paris, U.G.E., 1971.

(2) Jean-Marie DRU, Le Saut créatif, Paris, Jean-Claude Lattès, 1984, pp. 187-197.

(3) Jacques SEGUELA ,Hollywood lave plus blanc, Paris, Flammarion, 1982.

في أن يكشف عن نفسه، ويظهر من الخدع السحرية، والمشاهد التي لا تبالى بالواقع ومنطق الاحتمالات. اعتقدنا أن جوهر الإعلان يكمن في قدرته على استخلاص دفء التواصل، وأنه يتمكن من السيطرة علينا باحتلاله دور الأم التي تدلل أولادها وتلبي طلباتهم[1]، إنها لعبة العاطفة ("أنت تحب واحدة، وهي تحبك ") الإعلان يبذل أقصى جهده في عرض أدق التفاصيل، ليتيح لك أكبر قدر من الحرية.") على سبيل المثال، يجب أن يتم تمرير مشروع تجاري أسفل الخطوط الجوية الكندية). لكننا نرى أيضا أفضل الطرق يتم اختيارها عن طريق تحديد الفئة المستهدفة، ومن ثم توجيه التسويق ما يتناسب مع نوع الفئة المستهدفة وكيف يمكن توصيل الفكره لهذه الفئة وما هي الوسائل القادرة على إقناع تلك الفئة بالمنتج، ويجب عمل استبيانات عن الإشباع الذي ينتظره العميل من منتج معين، وبالتالي تكون الحملة الترويجية مركزة على توضيح كيف يمكن للمنتج أن يشبع رغبات العميل بناء على المعلومات المعروضة. لا يعني أن ما يعلن عن المنتج **Kipling** المعروض لا يستهدف إغراءنا بمدحها أو تقييمها، مثل الإعلان عن ماء تواليت بعبارة أنه (" للرجال الذين يحركون العالم")، غير أن هناك الابتكار والخيال المذهل.

حتى إذا كان العصر مع "مفهوم" التواصل الإبداعي، حتى لو لم نعد نقدم ملصقات جميلة وجذابة، لا تزال الجماليات محورًا أساسيًا من عمل الدعاية. تحويل المنتج إلى لوحة تشكيلية إلى صور وديكور فاخر، ووجوه جميلة، والإعلانات تحول المنتج العادي إلى موسيقى وشعر والاهتمام بتقديمه في صورة مثالية. بغض النظر عن الأهمية المتزايدة بالفكاهة، الإثارة أو المبالغة، فإن السلاح التقليدي للإغراء هو الجمال، وما زال يستغل على نطاق واسع. إعلانات مستحضرات التجميل، وبخاصة ماركات العطور، تستخدم بشكل منهجي ومتكرر عارضات رائعات الجمال. ولكن الإعلانات التجارية الأخرى عن أزياء النساء، الخمور، السجائر، القهوة، تبحث عن المظهر الأنيق.ثم ظهرت التكنولوجيا عالية

---

[1] Cf. D. BOORSTIN, op. cit., pp. 309 et 327-328;

Jean BAUDRILLARD, Le Système des objets, Paris, Denoel/ Gonthier, coll. Médiations, 1968, pp. 196-203.

الدقة: وأطلقت شارب ومينولتا حملات لملصقات من الصور النقية والمصممة ببراعة. فلا يمكن فصل الموضة عن جماليات الشخصية، وكذلك الإعلان يعمل كمستحضر تجميل للاتصالات. مثل الأزياء، يتم توجيه الإعلانات في المقام الأول للعين، فهي تهتم بالجمال، وإغراء المظاهر، والفخامة قبل المعلومات. وتعرض جماليات وديكور الحياة اليومية، بالتوازي مع المنتج الصناعي، مع تجديد الأحياء القديمة والعرض وسط المناظر الطبيعية الخلابة.

بالإضافة لسحر الجماليات، الإغراء يعمل بطرق غريبة الأطوار مثل اللعب بالكلمات والتورية وتكرار المقاطع بشكل صبياني، ومع استخدام الخدع ومشاهد من الأفلام العاطفية (تمثال يبكي): وصور سريالية (فتاة صغيرة تمشى على الماء)، الإعلانات لا تلجأ للعامل النفسى ولكن بالسطحية واللعب بالصور، مزيج من الصور والأصوات، وهذا يعني أنها لا تبالى بالقيود المفروضة على مبدأ الواقع والحقيقة الجادة. إعلان عقار (يورجو) تأتى عبارة "يورجو موجود في الهواء والهواء موجود في يورجو" تعبير بسيط وسريع لا يحتاج إلى حيلة أو فك طلاسم، فالإعلان هو اللعب الذكى بالكلمات. إذا كان صحيحًا أن الإعلان يمكن أن يساعد في انطلاق وسائط حديثة، فهي أكثر صدقًا من الموضة نفسها حسب ترتيب دور كل منها. فالأزياء هي المظهر والإعلانات هي الأداة السحرية للاتصالات.

اليوم، المعلنون يرغبون في إظهارالتجديد في أساليبهم. انتهت الدعاية (الريكلام)، والنسخة الاستراتيجية، المجد للاتصالات وللفكرة الخلاقة. دون التقليل من قدر التغيرات التي تحدث، يجب الإشارة إلى كل ما يربط الجديد بالقديم. صحيح أن الإعلانات في الوقت الحاضر تعمل "بالمفاهيم" النظرية: هذا لا يمنع أن تلجأ إلى منطق طويل المدى والمؤسس للإعلان الحديث: الخيال واللعب. في السابق كنا نرى شعارات من أغاني قصص شعبية بسيطة. ولا يزال الإعلان يعتمد على الخدع الخفيفة والسطحية والمبهجة ولم يمرّ بطفرة مطلقة ولكن هناك تغيرا في مساره لتسهيل الاتصالات والانتشار السريع.

يجب ربط التحديث الجاري في الإعلان مع تحولات السلوكيات العميقة والشخصية المهيمنة على عصرنا. وتأتي هذه الظاهرة كصدى لتحول الفرد المعاصر الذي لا يهتم برصد مظاهر الثراء من أجل إرضاء غروره. ويدير ظهره للوعود الأساسية وتعداد المواصفات المجهولة للمنتجات، الإعلان الخلاق يسجل بحساسية شديدة حب التملك و"الرغبة في الحياة" ونوعية البيئة المحيطة. الأفلام والشعارات لا تسعى لإثبات التفوق الموضوعي للمنتجات بقدر ما تسعى لإضحاكنا، وتحريك إحساسنا، وأن يكون لها صدى جمالى، وجودي وعاطفي. هذه الدوامة من الخيال تلبى الاحتياج الشخصى لإنسان "ما بعد الحداثة" ولم تنتشر إلا في إطار العمل المشترك من القانون الجديد والقيم النفسية التي تفضل البحث عن كل ما لم تره من قبل. في عصر المرح والتعبير عن الذات، يجب الابتعاد عن التكرار الممل والقوالب النمطية مع زيادة الخيال والابتكار. الإعلانات قادرة على التكيف بسرعة مع هذه التغيرات الثقافية، فقد تمكنت من بناء تواصل مرحلى مع الأذواق والشخصيات، ونوعية الحياة من خلال القضاء على ملل، ورتابة وسائل الاتصال الجماهيرى للإعلان عن المعارض الإبداعية نظرة متحررة، فهي موجهة لمستوى مرتفع من الأفراد، غير تقليديين، وغير متحفظين وغير مبالين بالمحرمات الرئيسية ويتقبلون إعلانات الدرجة الثانية. ولكن لا يمكن تصور أن الإعلان يمكنه أن يأخذ مكان السينما في تقديم الخيال والأساطير. وهي مثل الأزياء، تصنع ليتم نسيانها على الفور، فهي تدخل ضمن مجموعة متنامية من منتجات الثقافة الذاتية. ومع أنها كان من الممكن أن تنجح بشكل أفضل في مهمتها: تقديم صورة إيجابية عن المنتجات، وعدم تخويف الجمهور، والحد من الممارسات السريعة. أليس هذا هو الحلم الحقيقي لأي معلن؟

من ناحية أخرى، مستحيل فصل المبادئ التوجيهية الجديدة للإعلانات عن الرغبة الترويجية للمعلنين. في مجتمع يقدس الجديد، تثبت شجاعة الابتكار ذاتها في مجال الثقافة والاتصال، أفضل من أي وسيلة أخرى: تعرض أفضل صورة إعلان، مثيرة ومذهلة، مع كفاءة ترويجية حقيقية. مستقبل الإعلان هو إلى حد كبير العمل بالمنطق التجارى مع فرض صورة تحمل علامة فنية. جنبا إلى جنب مع مصممي الملابس الجاهزة، كبار رجال الأعمال الذين أصبحوا من "المبتكرين " ومصففي الشعر " الذين يبتكرون الموديلات التي تلائم

موضة الأزياء، الرياضيين الذين يرتدون الملابس التي تحمل شعار الشركات التي يتم الإعلان عنها والحرفيين الذين هم جميعهم فنانون والمعلنين الذين دخلوا ضمن موجة هائلة ممن ينتمون للمجتمعات الديمقراطية: وهي الفئة التي يطلق عليها "خلّاقة". لذلك مضى زمن المساواة: وفازت الأعمال التجارية المدرة للربح والتي تمكنت من الارتقاء إلى البعد التعبيري والفني.

قوة هادئة

كونها وسيلة تواصل، فذلك لا يعني أنها الشكل النموذجي لهيمنة البيروقراطية الحديثة. وبما أنها كرسائل مقنعة وضعت من قبل المصممين المتخصصين، ترتبط الإعلانات بمنطق القوة البيروقراطية الخاصة بالمجتمعات الحديثة: رغم أنها تلجأ لأساليب ناعمة في التنفيذ، فلا تزال تقود العمل من الخارج، كما هو الحال في المؤسسات التأديبية، وتتسلل داخل طيّات المجتمع في نهاية المطاف. صورة مثالية للإدارة المتيقظة، فهي توسع من عمل السلطة وتعبر عن امتداد الإدارة البيروقراطية الحديثة التي تهدف إلى الإنتاج، إعادة التشكيل والبرمجة بوجهة نظر خارجية وعلمية جماعية. التحليل الكلاسيكي الآن: مع تطوير "الاتصال العكسي"(1)، تدار الاحتياجات، والاستقلال الذاتي للمستهلك يختفي لصالح الطلب بإدارة الأجهزة الفنية والهيكلية. تخطيط وترشيد السلطة البيروقراطية هو قفزة إلى الأمام: بعد الإنتاج، والعرض والطلب هو الذي يتحكم في التخطيط على مستوى العالم، الإعلان المصمم بدقة يحتاج إلى مواصفات يعمل على أساسها وتسمح له بعمل فخ لحرية المستهلكين. المجتمع ككل يميل إلى النظام الترويجي بلا فروق وبالاعتماد على الصدفة. والدعاية، مع تنميطها العلمي للأذواق والتطلعات، وجعل الحياة الخاصة مشروطة، لم تفعل

(1) John Kenneth GALBRAITH, Le Nouvel Etat industriel, Paris, Gallimard, 1968, pp. 205-225.

الدعاية إلا توفير الظروف المثالية لصعود مجتمع ذي أصل شمولي(١)،كما تسعى لإخضاع المجتمع كاملًا لمعايير السلطة البيروقراطية وإعادة تهيئة حياة يومية متخلصة من جميع الضغوط ومن كل استقلالية خاصة،وتكشف تماشيها مع الشمولية المتوافقة مع الانتخابات الحرة والتعددية الحزبية.

وقد كان لهذه الأطروحات لحظات مجدها. أنها لا تزال إلى حد كبير بمثابة خلفية للإمساك بهذه الظاهرة(٢)، حتى مع تراجع الرفض الاجتماعي للإعلان. بالنسبة لنا، هذه القضية برمتها تستوجب المراجعة من النهاية إلى البداية فنحن نختلف مع تدخل النظام من أجل الدعاية لمنطق شمولي. الأفضل هو الانفصال: المجتمع المدني لا يحتاج لتدخل السلطات ولا علاقة له بضوابط الشمولية التي تفرض سلطتها على المجتمع وتعمل على السيطرة على جميع جوانب الحياة الشخصية والعامة قدر إمكانها. القواعد التي حللها "فوكو" تعود هيكليا إلى المنطق الشمولي(٣): السلطة تعمل على إعادة تشكيل الحركة، وتفكر بدلا عن الشخصيات، وتديرها "بعقلانية" وتقود من الخارج أدق تفاصيل السلوك. وهو ما لا ينطبق على الإعلانات: فنجد التواصل بدلًا عن الإكراه، والإغراء بدلًا عن القيادة القواعدية، والتسلية اللعبية بدلًا عن التوجيه الآلي. هنا حيث القواعد أهلكت الأشخاص

([1]) Herbert MARCUSE, L'Homme unidimensionnel, Paris, Ed. de Minuit, 1968 (pp. 21 et 29).

Guy DEBORD, La Société du spectacle, Paris, Ed. Champ Libre, 1971, pp. 36 et 44.

Vance PACKARD, La Persuation clandestine, Paris, Calmann-Lévy, trad. Franç., 1958, pp. 9 et 212.

(٢) منددًا بما تضمنه النقد الصحفي، كتب كورنيليو كاستورياد: " إن شعوذة الدعاية ليست، على المدى البعيد، أقل خطرًا من الشعوذة الشمولية... فالاستعباد التجاري الدعائي لا يختلف، من هذه الزاوية، عن الاستعباد الشمولي.

Domaines de l'homme, les carrefours du labyrinthe II, Paris, Ed. du Seuil, 1986, pp. 29 et 33.

([3]) Marcel GAUCHET et Gladys SWAN, La Pratique de l'esprit humain, Paris, Gallimard, 1980, pp. 106-108.

ومنعت المبادرات الفردية بتفاصيل اللوائح. تمنح الإعلانات مساحة واسعة لاتخاذ القرار بحرية، ويترك فرصة للترفيه عن النفس بالوسيلة التي نختارها: تغيير القناة أو قلب صفحات الجريدة. إن عالم الموضة منفصل عن المنطق الشمولي: الإعلان يدرج في نظامه حرية الفرد في أداء حركات ذاتية وعشوائية. وأوجد مقياسًا جديدًا لعنصر التحكم. وما من شيء مخفي في إدارة تفاصيل الحياة، فالإعلانات ذات تأثير جماعي وليس فرديا، وقدرتها ليست ميكانيكية وإنما إحصائية. فأفسحت قواعد الانضباط الساحة لصالح عالم التفاصيل الصغيرة. إن الإعلانات ليست مجالًا تشريحيا سياسيًا ولا تقنية للإخضاع، بل هي مؤشر اتفاقي ومحفز فني.

نعرف أن سيرورة الشمولية لم تجد تفردها إلا من خلال منظور كلي للمجتمع المدني. كذلك فإن الحياة الجماعية أصبحت الوسيلة التي تستخدمها الدولة للسيطرة على جميع المجالات وإعادة تنظيمها. فتمارس نوعًا من الضغط والسيطرة على جميع العناصر التي تبدو غريبة أو خارجة عن نظام الدولة. فيتوجب إقصاء كل ما يوجد خارج السلطة، كل ما ينسج علاقة اجتماعية تنتج عن إنسانية ماضية. وكما قالت حنا أرندت: إن جوهر الشمولية يرتكز على الاعتقاد الخيالي الشاطح القائل بأن كل شيء ممكن، وتخيل "أنه من الممكن تغيير الطبيعة الإنسانية ذاتها"(1). والإنسان مثله مثل المجتمع كلاهما حقل تجارب، ومواد خام ليصنع منها موديل كامل بيد السلطة المطلقة للدولة: لابد من تهيئة وإبداع عقل جديد وإنسان جديد. إنه مشروع لا ينتمي للآخر بأية علاقة، ذو فضاء محدد أكثر بكثير، فضاء الدعاية و"الفضاء المعاكس". ليس إلا من خلال منطق التشابه الجزئي المخادع نستطيع أن نرى في "برمجة" الحياة اليومية وابتكار الاحتياجات مظهرًا شموليًا للسلطة، فالدعاية لا تسعى لتشكيل الإنسان والأخلاق من جديد، بل إنها تقبل بالواقع كما هو، وتعمل على محاكاة التعطش للاستهلاك الموجود بالفعل، وتطلق باستمرار احتياجات جديدة، وتكتفي بتحفيز التطلعات المشتركة للعيش الهانئ وللصيحات الجديدة. دون أي تصور ليوتوبيا أو أي مشروع لتغيير العقول. إذ يتم إدراك الإنسان في الحاضر دون أي مشروع مستقبلي والأمر لا يتعلق بإعادة

---

(1) Hannah ARENDT. Le Système totalitaire, Paris, Ed.du Seuil, 1972, P. 200.

تشكيل الإنسان بقدر ما يتعلق بالاستخدام المبرمج لأذواق التمتع المادي، والهناء والصيحات. إذن إدارة المطالب وإبداع الرغبة بدلًا عن وضع شروط معممة، يبقى ذلك في الفضاء الليبرالي حيث تبقى السلطة محدودة. تمارس على الفرد ضغوطًا كثيرة بلا شك لكنها تظل في إطار استقلالية الاختيار والرفض واللامبالاة واستمرارية التطلعات الإنسانية وأنماط الحياة. لابد من التأكيد على هذه النقطة: استسلمت الدعاية للسلطة الكاملة ولا تستخدم في إعادة تصنيع أفكار وسلوكيات، بل تكشف تلقائية إنسانية أفلتت من الآلات المهيمنة للسلطة المطلقة. إن الإدارة البيروقراطية للحياة اليومية تتجزأ بشكل مفارق على أساس إنساني تتعايش من خلاله الدعاية في حنكة تامة.

صحيح أن الإعلان يؤدي دورًا في مناطق أخرى غير الاستهلاك، وذلك في حملات لزيادة الوعي بين المواطنين أمام مشاكل كبيرة ولتغيير السلوكيات المختلفة مثل: إدمان الكحوليات، المخدرات ومراعاة السرعة على الطرق، والأنانية، الإنجاب، إلخ، إذا حملات التوعية والتثقيف واحدة من الأدوات التي يمكن من خلالها تغيير ثقافة المجتمع وتوجيه سلوكياته نحو تصرف ما ويلجأ إليها الكثير من الجهات لتحقيق هذا الغرض بما يعود بالنفع على المجتمع. الإعلانات لا تشير إلى الصواب أو الخطأ بصوت عال، لكنها تقدم النصيحة برفق وتتوجه إلى أفراد على درجة من الوعي قادرين على فهم خطورة ما وراء المشاكل المعروضة. فهي تؤثر ولا تهدد، تقترح ولا تتسلط، تعمل بعيدًا عن المانوية أوالشعور بالذنب لاعتقادها أن الأفراد قادرون على إصلاح أنفسهم، بصحوة ومسئولية واعية. أما فيما يخص الإعلان عن العلامات التجارية والتي تعتبر من مكونات الثقافة والاقتصاد المهمة، فالمسألة ليست فقط من أجل المظاهر لكن لتلبية المطالب الإيديولوجية والسياسية مقابل الرغبات العفوية الجماهيرية. لنشر معايير ونماذج مقبولة من الجميع، ولكن ممارساتها قليلة أو غير كافية؟ فمن لا يعترف بأضرار الخمور؟ ومن الذي لا يحب الأطفال؟ من الذي لا يشغله الجوع في العالم؟ من الذي لا يتأثر بحالة وآلام المسنين؟ الإعلانات لا تتولى إعادة تحليل العنصر الإنساني في العالم، لكنها تستغل النماذج الموجودة بالفعل مع عرضها بشكل جذاب لصالح الأفراد. الذي لم نذكره ولم نكتبه عن القدرة الشيطانية للإعلانات؟ ومع ذلك، هل يوجد تأثير بهذا الضعف؟ وفي ماذا تؤثر؟ وهل تنجح في الترويج لمنتج معين أكثر من منتج

آخر؟ كوكاكولا أكثر من بيبسي؟ هذا هو تناقض السلطة الإعلانية: حاسمة بالنسبة للشركات، بدون نتائج عظيمة بالنسبة للأفراد، تأثيرها الفعال فقط على الأكسسوارات وغير المهتمين. وردًا على سطحية رسائلها، الإعلانات نفسها سلطة سطحية، نوع من درجة الصفر بالمقياس البشرى. لا شك أنها تعتمد على قرارات الأفراد، ولكن بترتيب ما يعادلها. يجب إعادة الأمور إلى نصابها: تأثير الإعلانات أقل في عهد حرية الإنسان التي تمارس العمل وسط حالة اللامبالاة، وحيرة بين خيارات سيئة متباينة.

الظاهرة مشابهة في مجال الثقافة. بالطبع، فرض رسوم على قنوات الإذاعة أدى إلى بيع الأسطوانات. بالطبع الملصقات تجذب الجمهور نحو القاعات المظلمة. لكنها النتائج دائما غير متوقعة والنجاح غير متساو. ساعدت الوسائط الإعلامية، والتقنيات الترويجية على زيادة بيع الكتب وعلى التوجيه الجزئى لاختيارات الجمهور. ولكن هل يجب الدعوة لتنظيف العقول؟ وماذا نستطيع أن نفعل؟ الدعوة لقراءة السير الذاتية بدلًا عن قراءة رواية قيّمة؟ كيف يمكن أن يمثّل ذلك فضيحة ديمقراطية؟ منح السلطة الإعلامية لعمل فكري مبتذل أو لكاتب تلفازي بدلًا عن عمل أدبي عظيم؟ ولكن، حتى لا ننخدع، فإن سلطة الإعلانات، سواء كانت مباشرة أو غير مباشرة، هي سلطة شكلية وصداها سطحي. الجمهور العريض يستوعب النجاح النهائى بفعل الفضول، ليكون مطلعًا على الأمور وللفرجة، ليس أكثر. قراءة فارغة، بلا تأثير، وبالتأكيد بدون امتداد فكرى دائم ومهم بما أن العمل عبارة عن " ذرة تراب في العين ". فيما عدا سلطة التوجيه والوعي الشمولى، تعتبر الإعلانات سلطة بلا نتيجة. مبيعات ضخمة، بدون نتائج فكرية، غطاء إعلامى غير مسموع. فإذا كان الجمهور غير المتخصص ضعيفًا أمام الصخب الإعلامى، فذلك لا يمنع من وجود مساحة للفكر، للنشر وللمناقشة الجماعية للأفكار الجديدة. بسرعة أكثر أو أقل، بشكل غير مباشر أكثر أو أقل، يثار الهجوم، وتظهر عناوين وعبارات مدح، تلقى بالشك في الأذهان أو تثير الفضول. لا شيء يعوق. المسائل الحقيقية. الأعمال الكبيرة، تقفز على المشهد الإعلامى، فهي لا تستطيع أن تبقى طويلًا في الظل بفضل الإعلانات والموضة. يمكننا أن نشجب حقيقة أن عصرنا رفع أعمال بالية للقمة، ولكن يجب ألا نصرخ أمام تدمير المساحة الديمقراطية الجماهيرية. هنا حيث يوجد التعقيد وتأرجح الرموز الفكرية. النتائج الإعلامية سطحية،

الإعلانات لا تملك القوة التي منحت عن طيب خاطر، وهـي إلغـاء التفكـير، البحـث عـن الحقيقة، المقارنة والتساؤل الشخصي، فهي لا تملك القوة إلا في وقت ظهور الموضة. تقنيـات الترويج لا تدمر مساحة المناقشة والنقد، فهي تنشر القدرات الفكرية، تقلل من المراجع، مـن الأسماء والمشاهير، تعادل بين السطحي والجاد. وبينما تـستمر في الكـشف عـن الأعـمال مـن الدرجة الثانية، تهدم الهرم الأرستقراطي القـديم للأعـمال الفكريـة، وتـضع القـيم الجامعيـة والإعلامية على نفس الدرجة. ليس صحيحًا دخول الأسماء الكبيرة في هذا الـدجل الثقـافي، فهم قد يفقدون الدعاية الإعلامية لكنهم يحافظون على مكانتهم الرفيعة. بهذا المعنى، تـسويق " الفكر" ينجز عملا ديمقراطيًا، حتى لو كان يـستخدم بانتظـام وجـوه اسـتعراض جديـدة ويبتعد في الوقت نفسه عن الوجوه المعروفة لحساب التساؤلات، لمساحة مربكة لكنها كبيرة، متحركة مع قليل من الأرثوذوكسية.

الإعلانات توحد الرغبات والأذواق، تقلص من فردانيـة الشخـصيات، عـلى غـرار الدعاية الشمولية، إنها تغسل المخ، تنتهك الجماهـير، تقـضي عـلى ملكـة الحكـم عـلى الأمـور والقدرة على اتخاذ القرار. من الصعب ألا نعترف بـأن الإعلانـات نجحـت في زيـادة حجـم الشراء وتوجيه اختيارات وأذواق الجماهير نحو ذات المنتجـات. ولكـن هـذه العمليـة تخفـي الوجه الآخرلعملها، أقل وضوحا بكثير ولكن لا شـك أنـه أكثـر حـسما فـيما يخـص مـصير الديمقراطيات. كقوة إستراتيجية في إعادة توصيف أسلوب الحياة التي تركز على الاسـتهلاك والترفيه، الإعلانات ساهمت في استبعاد سياسة الادخار لـصالح الإنفـاق والمتعـة الفوريـة. لذلك، ينبغي أن نعطيها حقها: مـن المفارقـة، أنـه مـن خـلال ثقافـة المتعـة، الإعـلان نعتـبر الإعلانات وكيلة للبـشر، وعـاملًا يـساعد في البحـث عـن الشخـصية والاسـتقلال الـذاتي للأفراد. من خلال المظاهر الفعلية للتجانس الاجتماعي، الإعلان عمل، في الوقت نفسه مـع الترويج للسلع على توطيد مبدأ الفردية.

هل استفدنا كثيرًا من فهم تأثير الإعلانات من خلال التحليل النفسي؟ وكيف نلقـي الضوء على ابتكاراتها؟ بالطبع نستطيع أن نقول: إنهـا تلجـأ إلى تحفيـز الرغبـات في الـترويج

للمنتجات (1). ولكننا ننسى الدور الفعّال الذي تلعبه في تحريك وتنشيط الرغبة في الشراء في ميدان الاحتياجات اليومية. الإعلانات تساهم في تحريك الرغبة بكل حالاتها، وتنشيطها بإخراجها من الدوائر المغلقة والرتيبة المتأصلة في النظم الاجتماعية التقليدية. بالتوازى مع الإنتاج الجماهيرى، تعتبر الإعلانات تكنولوجيا محفزة للرغبات. وهي تحتضن الرغبة الموديل، الرغبة التي تتفق مع الموضة السائدة. وأصبح الاستهلاك مرتبطًا بكل ما هو حديث ويسعى وراء التجديد المستمر.

السياسة تخلع الجزء العلوي

سار ميدان السياسة في طريقه. منذ الخمسينيات، في الولايات المتحدة، تطورت سياسة اتصالات قريبة من الإعلانات الحديثة، تستخدم مبادئ وتقنيات المتخصصين في الدعاية:

مرافقة مندوبي دعاية ومستشاري إعلام لحملات الدعاية للانتخابات، إنتاج فقرات مدتها دقيقة عن النموذج المعلن عنه، تطبيق نظم البحث المحرك عند تحرير خطب المسؤولين والقادة. بعد التسويق التجارى، التسويق السياسى، لم يعد يعني بإرشاد وتوعية المواطنين فكريًا، لكنه يقوم ببيع "منتج" داخل أفضل غلاف ممكن. لقد غيرت السياسة من سجلاتها، ولجأت إلى الإغراء: عمل كل شيء لتقديم صورة جميلة، دافئة، تنافسية وكل ما يدعم ويحسن صورة رجل السياسة الذي بدأ يظهر في البرامج التليفزيونية، يرتدي الملابس الرياضية ولا يتردد في الصعود على المسرح: فاليرى جيسكار ديستان كان يعزف على الأكورديون، واليوم ليونيل جوسبين يمثل في "الأوراق الميتة ". في حملات الدعاية يُستعان بنجوم السينما والاستعراض ويوزعون تى شرتات عجيبة وغيرها.. والاجتماعات السياسية كانت شبيهة بالاحتفالات، يسودها المرح وتقدم فيها الحلوى، كما تعرض مقاطع غنائية ويرقصون الروك وشيك شيك (خد لخد).

---

(1) Doris-Louise HAINEAULT et Jean-Yves ROY, L'Inconscient qu'on affiche, Paris, Aubier, 1984, pp. 207-209.

كما تغير شكل الملصقات وأصبحت مبهجة وأفسحت المجال لابتسامة رجال السياسة وبراءة الأطفال. من الضروري أن تكون الإعلانات مبهجة ومبتكرة وتراعي حالة المواطن النفسية. لا يكفي قول الحقيقة، ولكن يجب ألا يكون مملًا، ويقدم خيالًا مبدعًا. وانتشرت اليوم حملات دعاية للأحزاب، مرحة ومبتكرة. منذ ذلك الوقت، تنوعت الملصقات والشعارات ذات اللهجة المؤثرة، العاطفية والنفسية مثل:("القوة الهادئة ")، (يحيا الغد")، ("لا تخافوا من الحرية). لا يكفي أن نقول الحقيقة، يجب أن نقولها دون عناء، بالخيال والأناقة والظرف. لجأ كارتر إلى تعيين أحد الظرفاء ليضفي بعض الجاذبية على خطبه، واليوم انتشرت روح الدعابة والمرح في الصحف في صورة تعليقات ظريفة أو على الملصقات التي تحمل عبارات مثل (" النجدة: اليمين قادم!")، (" أخبرني أيها اليمين الجميل، لماذا أسنانك كبيرة؟")، (الوهم الكبير: ١٢ شهر حصري "). قضية الموضة أعادت هيكلة الاتصالات السياسية: لا أحد يدخلها إذا لم يكن مغريًا وهادئًا[1]. المنافسة الديمقراطية تمر من خلال المباريات، المناسبات الترفيهية، والمظهر والشخصية الإعلامية. أثارت سياسة الإغراء معارضات ساخطة. خصوصًا لقيام نجوم بالأداء فيها مع اللجوء إلى اللعب بالصور وإخفاء الشخصيات عن طريق الحيل والخدع، أو تحول المواطنين إلى مشاهدين سلبيين وغير مسئولين[1]. سياسة الاستعراض تخفي المشاكل الرئيسية، تخدر وتعوق قدرات العقل على الحكم. مع الميديا السياسية، يتحول المواطنون إلى أطفال ولا يندمجون في الحياة العامة، يتم توجيههم والتأثير عليهم بأدوات وصور، شوهت الديمقراطية. هذا الاتجاه غيّر أيضًا من مضمون الحياة السياسية: لأنه يجب استهداف أكبر عدد من الناخبين. نشهد الآن على سيرورة توحيد وتمييع الخطاب السياسي الذي "يسحب الحياة من السياسة بل يقتلها[2]". إن التواصل النشط أثرى الجدل الجماعي، وهو ثقيل على صحة الديمقراطية.

([1]) Roger-Gérard SCHWARTZENBERG, L'Etat spectacle, Paris, Flammarion, 1977.

([2]) Roland CAYROL, La Nouvelle Communication politique, Paris, Larousse, 1986, pp. 10 et 155-156.

هذه الانتقادات ليست كلها بلا أساس عندما نقيس آثار العرض السياسي في انتخابات ديمقراطية. لم يعد بإمكاننا إنكار ما جاء بالأطروحة الشهيرة عن "الدور المزدوج للاتصالات" التي تؤكد أن منافسة الميديا ضعيفة وتقل أهمية عن الاتصالات الدولية الشخصية التي يلجأ إليها قادة الفكر. إذا كنا قد عرفنا منذ وقت طويل أن وسائل الإعلام نجحت بصعوبة في إقناع المواطنين بمساندة الآراء التي لا تزعجهم، ونعلم أيضًا أنها لعبت دورا لا يستهان به في دفع المواطنين للمشاركة في الحياة السياسية. منذ صياغة هذه النظرية التي يعود تاريخها إلى الأربعينيات من القرن الماضي، أهمية القادة والأسرة، والأيديولوجيات، حادة بقوة، في جميع الدول الديمقراطية التي تشهد زعزعة استقرار في سلوك الناخبين والمواطنين الموالين للأحزاب. إذا كان معروفًا منذ فترة طويلة أن وسائط الإعلام تنجح بالكاد في حث المواطنين المقتنعين بمواصلة تعزيز الآراء التي لا تزعجهم، ونحن نعرف أيضا أن لديهم دورًا مهمًا مع هذه الفئة من الناخبين المترددين، والذين لا تحركهم السياسة. في هذا الإطار، الإغواء موجود بالكامل. وقد كشف عدد من الدراسات الاستقصائية أنه خلال الحملة الانتخابية تحدث تغييرات جوهرية بين الناخبين، فهم الذين يحددون بناء على قناعاتهم، نتائج الاقتراع النهائية، النصر أو الهزيمة في الانتخابات[1]. في مجتمع يلعب فيه التسويق السياسى دورًا مهمًا والإغواء السياسى قادر على تحريك التوجهات السياسية.

ما الذي يدفع العديد من التحليلات لرؤية وجه واحد فقط للظواهر؟ من المفارقات أن التنديد بأسلوب النموذج في الساحة السياسية ما زال مباشرًا، أو سطحيًا، ويرى الإغراء فقط ويساهم في نفس الوقت في الحفاظ على ترسيخ المؤسسات الديمقراطية. باعتماد نموذج مذهل ومشوق من الخطاب السياسي، وغير المهتمين يجدون فيه بعض الفائدة، حتى لو كان يخلو من السياسة الحقيقية، لكنه يدعم إظهار "الرجل في الساحة". المنافسات الانتخابية كبيرة، والجمهور يتابع البث التليفزيوني على نطاق واسع حتى لو كانت ضمن لعبة إلهاء الجمهور.

---

(1) R. CAYROL, op. cit., pp. 178-180.

غير حقيقى أن قضية الإغراء تميل إلى تحييد المضمون، وأن تؤدي إلى تجانس الخطب السياسية. فهل كان برنامج اليسار في عام ١٩٨١ شبيهًا لبرنامج منافسيه؟ حتى اليوم، العرض السياسى لم يمنع الدفاع العلنى عن أُطروحات الجبهة الوطنية. بل، إنه في الولايات المتحدة، وهي أكثر الدول تقدمًا سياسيًا، تحتضن أشد البرامج الليبرالية الحديثة ولم تستطع مواهب رجال ريجان منعه من أن يظل رمزًا لسياسة أخرى.

هل هو تحريف للديمقراطية أم خصم تاريخي لقنواتها المدرجة في الديناميات العميقة؟ الاعتراف بالإرادة الجماعية كمصدر للسيادة السياسية، وبأن الديمقراطيات تؤدي إلى علمانية السلطة، يجعل من السلطة السياسية مؤسسة إنسانية صرفه خالية من أى تجاوزات إلهية ومن أى طابع مقدس. في المقابل، فإن الدولة تخلت عن رموز المجتمع البارزة التي لم تكن تكف عن عرضها. بما أن الدولة أصبحت تعبر عن المجتمع، يجب أن تشبهه، وأن تتخلى عن علامات وطقوس ومظاهر اختلافاتها "القديمة". بمعنى، أن الإعلام السياسي يسعى فقط إلى مد عملية العلمنة السياسية التي بدأت في أواخر القرن الثامن عشر. هواية رجال السلطة الرياء، فبظهورهم بملابسهم ذات ياقة عالية وفي برامج المنوعات، يتقدمون خطوة أخرى في طريق علمانية الدولة. رجال السلطة ليسوا أعلى من مستوى البشر، فهم يملكون ذات الجسد المناسب لأذواقهم واهتماماتهم اليومية: وليس "نقص الوعى الثقافي" هو الذي يؤدي إلى المكونات غير العقلانية والمؤثرة الكامنة في السلطة التقليدية[1] ولكن، بدلا عن ذلك، إلى ذروة العملية الديمقراطية للعلمنة السياسية.

يبقي التشابه بين المشهد السياسى المعاصر وبين نظام-النجم محدودًا واختلف منذ البداية رواد علوم الإعلام السياسي في تحديد نوعية العلاقة بين السياسة والإعلام، فرأى بعضهم أن العمل السياسي والعمل الإعلامي يشكلان مجالين متميزين، ورأى البعض الآخر أنه لا يمكن الفصل بين هذين النشاطين باعتبار أهمية الوظيفة الإعلامية هي التبليغ وإشراك المواطنين في الحياة السياسية، وربط قنوات الاتصال بين التشكيلات المتآلفة أو المتعارضة، هذا العمل الإعلامي الذي يطلق عليه صفة "الإعلام السياسي" يتصل خاصة باهتماماته

([1]) R.-G. SCWARTZENBERG, op. cit., pp. 353-354.

المحلية والدولية ذات الطابع السياسي، وللإعلام السياسي في النظام الدولي أو النظام السياسي المحلي أهداف كثيرة، منها دعم الديمقراطية وخدمة التنمية السياسية وتكريس الحقوق الإنسانية، ولئن كان هذا الإعلام يتصل بنشاط مشترك، فهو يختلف في مستوى الممارسة، ومن قطاع إلى آخر، وقد تقدم البحث العلمي في مجالات الاتصال السياسي وظهرت آليات جديدة لقياس مدى تأثير الرسائل الإعلامية والإعلانية في الأذهان وتأكدت صحة نتائج التحقيقات واستطلاعات الرأي. فأدى كل ذلك إلى برامج متكاملة ومتلائمة مع حاجة المجموعات في معالجة مختلف الإشكاليات الاجتماعية المتأصلة التي عجزت أجهزة الإدارة عن معالجتها بالوسائل التقليدية التي عرفها الإنسان.

تفسير نمو سياسة الإغواء بسيط في الظاهر. ولكن تأثيره القصير يأتي نتيجة للطفرة في التليفزيون والإعلانات واستطلاعات الرأي: كل شيء يحدث كما لو كان ديكور الساحة السياسية الحالية يستدل عليه مباشرة من خلال تكنولوجيا وسائل الإعلام.

ولكن إذا كان تطوير التليفزيون على وجه الخصوص، قد لعب دورًا مؤكدًا، فالأمر لا يرجع إليه. يكفي الاقتناع بالنظر إلى طبيعة الاتصالات السياسية في الدول الشمولية. في الواقع، التسويق السياسى يناسب تركيبة المجتمعات الديمقراطية في عصر الاستهلاك: وهذه هي القيم المتأصلة في نظام عملها ودفعتها لإعادة هيكلة المنافع السياسية: المتعة، وقت الفراغ، اللعب، الشخصية، الحالة النفسية، الموضة، البساطة، الفكاهة. سياسة-الإعلانات ليس لها تأثير إعلامي، فقد ظهرت في نفس الوقت مع القوانين الاجتماعية الديمقراطية.على مسافة أقل مع الكثير من الود والعرض المريح، كيف لا نرى أن هذه التحولات جزء لا يتجزأ من المراجع الثقافية التي جاء بها العصر التافه. امتثلت طبقة السياسيين ووسائل الإعلام لتطلعات الإعلام. ها هي ذى أزياء من الطراز الأول تعبر عن أشكال العلاقات الإنسانية، وتعزز الذوق بشكل مباشر وطبيعى. العلاقات التي تترجم القيم والأصالة ترتبط بتاريخ وبآخر مستحدثات الموضة بشرط أن تكون قد وضعت حدًا للتفكك الاجتماعي وتدعم التطلعات الذاتية والثقافية التي يمكن أن تلقى الضوء على المشهد الديمقراطي.

(٣)

ثقافة موضة الإعلام

قنوات بالجملة

تعد ثقافة الجمهور نموذجًا لعملية الموضة أكثر من الأزياء نفسها. كل الثقافة الجماهيرية الإعلامية أصبحت آلة مدهشة يقودها قانون التغيير المتسارع والنجاح الوقتى والإغراء والاختلاف الهامشى. بصناعة ثقافية تنتظم تحت المبدأ الأعلى للحداثة يتصل استهلاك غير مستقر بشكل استثنائى، يسوده تقلب الأذواق وعدم توقعها: في سنوات الخمسينيات كان متوسط الزمن لاستغلال فيلم طويل خمس سنوات تقريبًا، الآن يستغرق عامًا واحدًا، متوسط دورة حياة أسطوانة موسيقية تتراوح اليوم بين ثلاثة وستة أشهر، أما أعلى مبيعات والتي يتعدى عمرها العام فهي نادرة، وعدد من بائعى الكتب لا يسترجعون المؤلفات التي تعدّى تاريخ صدورها ستة أشهر. بالتأكيد كان لبعض المسلسلات التليفزيونية أجل مميز، فدخان المسدس استمر عشرين عامًا وادالاس يتم بثه منذ ١٩٧٨، ولكن تلك الظاهرة استثنائية مقارنة بكم المسلسلات التليفزيونية التي تنتج كل عام في الولايات المتحدة الامريكية التي نجح عدد قليل منها في تجاوز مرحلة الثلاث عشرة حلقة الاولى. صحيح أنه، بواسطة الوسائل الحديثة للبث السمعي والبصري، قد شهدنا زيادة فترة حياة المنتجات الثقافية. الأفلام بشكل خاص يمكن مشاهدتها بالاختيار بصرف النظر عن الإصدارات وبرامج الصالات. ولكن ما ينطبق على السينما لا ينطبق على الموسيقى والكتب، ففي كل شهر تصدر أسطوانة تلحق الأخرى، وكتاب يلو الآخر، إننا نشهد هنا على ظاهرة الزوال أكثر من أى وقت آخر.

يكمن في قلب الاستهلاك الثقافي شغف الجمهور. ففي غضون بضعة شهور كان يمكن لمبيعات أسطوانة أن تصل إلى عدة مئات آلاف من النسخ وتتخطى المليون، عشرات الأسطوانات البلاتينية (مليون نسخة) أضيفت للأسطوانات الذهبية (٥٠٠٠٠٠ نسخة). في عام ١٩٨٤ كان هناك عشرون مليون ألبوم لمايكل جاكسون وعشرة ملايين ألبوم للبرنس بيعت في العالم. خلال بضعة أسابيع يصبح كل الناس مهووسين بنفس الأسطوانة. آلاف المحطات تذيعها عشر مرات في اليوم. نفس الظاهرة في السينما حيث يقاس إصدار يحدث ضجة بملايين المتابعين: في اليابان، في أقل من عشرة أسابيع جذب فيلم أى تى عشرة ملايين مشاهد، في بيونس إيرس ذهب واحد من كل أربعة مشاهدين لمشاهدة هذا الفيلم لسبيلبيرج. تجلت الموضة بشكل مثالي في ضخامة الشغف ونجاح الأغلبية الذي يمكن رؤيته في قوائم الجوائز، وأعلى المبيعات. شغف ثقافي له تلك الخصوصية التي لا يواجهها، ولا يصدم أى مقدس. أردنا تحليل الشغف كشكل دقيق للمخالفة، كمتعة معاكسة للضوابط والملاءمات: نقطة شغف لا تبحث عن خرق لتحريم ذوق أو أخلاق معينة والتي لا تمثل جرأة[1]. في الواقع إن كان عدة شغوف متصلة بمهمة مدمرة (مثل الميني جيب وموضات طلائعية مجددة) فمن الممكن التعرف فيها على لمحة من الجوهر. أين توجد مخالفة في رياح الجنون التي تتمحور تارة حول أسطوانة لجاكسون وتارة نحو أخرى لمادونا أو شاديأدو؟ إن أصالة الأغنية هي بالتحديد التي تثير جنونا لا يفسد غالبا أى منهج أو أى قيمة أو أسلوب. لا تعبر الأغنية عن متعة الإفساد إنها تظهر بطريقة خالصة العاطفة الهادئة باختلافات صغيرة دون اضطراب أو مخاطرة: إنها نشوة التحول في الاستمرارية. انفعال لحظى مرتبط بالحداثة المتعارفة وليس شكلا للتخريب.

تتميز الصناعات الثقافية بالطابع عالي الاحتمالية. ورغم التقنيات الدعائية، لا يقدر أحد على التنبؤ بما سيتم تصنيفه على قمة لائحة الجوائز. في فرنسا، كل عام، في عالم الأسطوانات، حوالى عشرين اسمًا فقط يبيعون أكثر من ٥٠٠٠٠٠ نسخة. ولم تشغل المنوعات أكثر من ٧% في قوائم الجوائز: فوق ٢٤٠٠٠ عدد وضعت في ثلاث سنوات

---

[1] Olivier BURGELIN, « L'engouement », Traverses, n.3, La mode, pp. 30-34.

و320 و30 سنتيمترًا فقط صعدوا إلى قائمة الجوائز[1]. يقدر أنه في الولايات المتحدة ٧٠٪ من الأسماء الموسيقية الشهيرة عاجزون ماديًا. وتعوض الخسائر عن طريق الأرباح التي تحققت من البعض الآخر بعدد قليل[2]. ولم يفلت نجاح الأفلام من الاحتمالية ذاتها: بالنسبة لفيلم صدر في فرنسا يتراوح عدد المشاهدين بين أقل من ١٠٠٠٠٠ إلى مليونين. نفس الظاهرة تحدث في عالم الكتب: تلك التي يصعب التحقق من إيراداتها، يقدر أنه من مائة اسم رواية منشورة في فرنسا تبيع الغالبية بين ٣٠٠ و٤٠٠ نسخة. هذا التغير في السوق الثقافي نتج عنه دفع نحو التغيير الدائم: عند مضاعفة الأسماء نأخذ ضمانة ضد المخاطرة ننمى فرص أغنية أو أعلى مبيعات لتسمح بتعويض الخسائر الحاصلة على أكبر عدد: وهكذا فإن منتج أسطوانات فرنسى يحقق ٥٠٪ من مجموع مبيعاته بنسبة٣٪ فقط من أسمائه[3].حتى إذا كانت كبرى دور الأسطوانات أو الكتب لا تعيش فقط من "الضربات الكبيرة" يوجد قاع للكتالوج مثل الكلاسيكيات، وتبحث جميعها عن الأغنية مضاعفة أسماء ومجددة أخرى: مؤلفون ومبدعون. يحكم كل الصناعات الثقافية منطق الموضة بهدف النجاح الفورى والسعى نحو الحداثة والتنوع: ٩٠٠٠ تسجيل صوتى في السنة في ١٩٧٠، ١٢٠٠٠ في ١٩٧٨ في فرنسا. ورغم هبوط مبيعات الأسطوانات فإن عدد التسجيلات الصوتية الكلى الذي تم تقديمه للإيداع القانونى ازداد قليلا بين ١٩٧٨ و١٩٨١. وحتى إذا انخفض الإنتاج بقوة، بين ١٩٥٠ و١٩٧٦ من ٥٠٠ إلى ١٣٨ فيلمًا طويلًا في السنة، فقد ازداد هذا الإنتاج من جديد وتخطّى العدد الإجمالي للأفلام التي تم إنتاجها من ١٧٥ في ١٩٨٢ إلى ٣١٨ عام ١٩٨٤ وإلى ٥١٥ عام ١٩٨٦. إلى ماذا ينضم الكم الهائل من الحلقات، المسلسلات والأفلام التليفزيونية التي تعد بآلاف الساعات من البرامج؟ دائما هناك جديد: للحد من مخاطر إصدار البرامج ولكسب معركة معدلات السمع تم مضاعفة المحاولات بعدد كبير. كما تذاع حلقة تجريبية على الشاشات في الولايات المتحدة الأمريكية قبل أن يتخذ القرار بإنتاج مسلسل كامل: في ١٩٨١ تم عرض ٢٣ برنامجًا سبقها ٨٥، وأصدر ٣١ للموسم التليفزيونى ١٩٨٣-١٩٨٤

---

(1) **Antoine HENNION, Les Professionnels du disque, Paris, A-M. Métailié, 1981, p. 173.**

(2) **Patrice FLICHY, Les Industries de l'imaginaire, P.U.G., 1980, p. 41.**

(3) **Ibid., pp. 41-42.**

على إن بى سي[1]. الصناعات الثقافية من جهة إلى أخرى هي صناعات للموضة، يكون فيها التغيير المتسارع والتنويع، اتجاهات إستراتيجية.

للتأمين ضد المخاطر الملازمة للطلب، فإن الصناعات الثقافية رفعت ميزانيتها للدعاية والإعلان. في هذا المجال فإن نشر كتاب، في فرنسا على الأقل كان في تراجع ولكن في الولايات المتحدة لإصدار كتاب مثل الأميرة ديزني لجوديث كرانتز باع أكثر من ٦ ملايين نسخة، قدرت تكاليف الدعاية بأكثر من ٢٠٠٠٠٠ دولار. في موضع آخر كانت المصاريف الإعلانية في تزايد في كل مكان. إصدار أسطوانة منوعات تكلفته غالبا عالية وأحيانا أغلى من تكلفة إنتاجه، وازداد هذا الاتجاه مع تطور الفيديو كليب. يتكلف الألبوم في فرنسا اليوم ما بين ٢٥٠ و٤٥٠ ألف فرنك للتسجيل، ولكن سعر الكليب الذي يضمن له الدعاية يتراوح ما بين ١٠٠٠٠٠ و٤٠٠٠٠٠ فرنك، تكلفة فيلم الرعب ارتفعت إلى ٥٠٠٠٠٠ دولار[2]. ان كان متوسط الميزانية لفيلم أمريكى تقدر الآن بـ١٠ ملايين دولار (قبل الإنتاج)، فإن النفقات الإعلانية ارتفعت وحدها إلى ٦ ملايين. تكلف فيلم ستار تريك ٤٥ مليون دولار بالإضافة إلى ميزانية إصدار بـ٩ ملايين دولار. فيلم ميد نايت اكسبريس تكلف ٣.٢ مليون دولار ارتفعت مصاريفه الإعلانية إلى ٨.٤ مليون دولار.من جهة أخرى يمكن أن نعتبر أن تكاليف الإنتاج أدخلت مسبقا في الواقع مبالغ مرتبطة بالدعاية، حيث يدخل فيها أجور النجوم. إن تضخم ميزانيات التسويق يوازى تصاعد أجور النجوم. هناك مفارقة: في الوقت الذي ينطفئ فيه بريق النجوم الكبار ارتفعت الأجور التي يحصلون عليها: شون كونرى الذي وصل أجره إلى ١٧٠٠٠ دولار عام ١٩٦٢ في فيلم "جيمس بوند ضد الدكتور نو"، حصل على ٢ مليون دولار في فيلم "كوبا" ١٩٧٩، بينما حصل مارلون براندو على ٣.٥ مليون دولار مقابل عشرة أيام تصوير في فيلم "سوبرمان"، ستيف ماكوين طلب، في نهاية

---

(1) Armand MATTELART, Xavier DELCOURT, Michèle MATTELART, La Culture contre la démocratie ? L'audiovisuel à l'heure transnationale. Paris, La découverte. 1983, p. 176.

(2) José FERRE, « Transnational et transtechnologieque ». Autrement, n. 58, Show-biz, 1984, p. 78.

عام ١٩٧٠، ٥ ملايين دولار عن الفيلم الواحد. الصناعات الثقافية، أكثر من أى مجال آخر، خضعت لشكل الموضة والإعلان والاتجاهات المختلفة للغواية والدعاية. كما كان للنمو الزائد للميزانيات تأثير إغوائي: واقع أن يكون فيلم أو كليب هو الأغلى يصبح مقياسًا إعلانيًا، وتعريفًا واضحًا للمنتج وعاملاً للبيع والنجاح.

إن الاستراتيجيات الحديثة المسماة" الوسائط المتعددة (مالتي ميديا)" لم تسمح فقط بتقسيم المخاطر العالية جدا الملازمة للسوق الثقافي إلى عدة فروع، وإنما أيضا شجعت منتجات ذات اتجاه متعدد الوسائط.انتظمت تكتلات تجعل نمو أحد الأنشطة يستفيد منه الباقي: نجاح فيلم يؤدي إلى برنامج تليفزيونى، من كتاب نقتبس فيلمًا أو مسلسلًا، الرسوم المتحركة أعطت ميلادًا لأفلام عديدة: "شخصيات الرسوم المتحركة لوارنر وجدت في أفلام متعددة، بدأت بالأفلام الثلاثة لسوبر مان والتي أوجدت بالمقابل منتجات جديدة لسوبرمان منه لعبة أتارى، دمى مصنعة بواسطة ألعاب نيكربوكر وحق استغلال لوجو سوبرمان بواسطة اتحاد تراخيص وارنر بأمريكا"[١]. نرى تضاعف عمليات إصدار مالتي ميديا: المقصود أن يصدر بالتوازى فيلم، أسطوانة، كتاب، لعبة من نفس العائلة، يستفيد كل منها من نجاح الآخرين. الكتاب الذي صدر عقب فيلم هولوكوست في الولايات المتحدة باع أكثر من مليون ونصف المليون نسخة، والأسطوانة المقتبسة عن فيلم حمى ليلة السبت باعت أكثر من ٣٠ مليون نسخة[٢]. كل منتج زاد من ظاهرة الشهرة، كل منها كان مصدرا للآخرين، مبرزًا شغف الساعة. لم نعد ننتظر أن تصبح الشخصية مشهورة (ميكى على سبيل المثال) حتى نقتبس منتجات مشتقة منها، يصاحب أيضا صدور فيلم أو رسوم متحركة ألعاب وملابس تنتج بترخيص: الرسم المتحرك سلامبى ولد في ستة أشهر ٨٠٠٠ منتج مشتق مختلف، الألعاب. الدمى الدعاية المأخوذة من سلسلة ماركو بوللو أعطت لما يقرب من ١.٤ مليار قراءة[٣]، في فرنسا، الألعاب المنتجة بتصريح شكلت ١١٪ من مجموع مبيعات

([1]) Bernard GUILLOU, « La diversification des entreprises de communication: approches stratégiques et oraganisationnelles », Réseaux, n. 14, 1985, p. 21.

([2]) P. FLICHY, op. cit., p. 196.

([3]) A. MATTELART..., op. cit., p. 179.

كل القطاع في ١٩٨٥. مع عمليات المالتي ميديا وجدت عقلانية معينة للموضـة، لـيس لأن الموضات أصبحت موجهة، ويمكن التحكم فيها بالكامل، مما لا يدل على أى معنـى، ولكـن لأن كل إنتاج كان يعمل كدعاية للآخر، الكل تجمع بطريقة متعاونة لتوسيع وتسريع ظـاهرة النجاح.

ثقافة الكليب

إن ضغط التجديد في الصناعات الثقافية لم يكن له علاقة، بالطبع، "بتقليـد الجديـد" المميز للفن الحديث. على خلاف الراديكالية الطليعية، تتولـب المنـتج الثقـافي داخـل نـماذج مجربة من قبل، وهو ملازم لتكرار محتويـات وتراكيـب وأسـاليب موجـودة بالفعـل. تـدرك الثقافة الصناعية، كما قال إيدجار موران، التركيـب الأصـلي، والنمـوذج الفـردي[1] للأنـماط المتوافقة مع نظام موضة بكونه مغامرة بدون مخاطر ومتماشيًا مـع أسـلوب العـصر، ومنطقيًـا بالنسبة للفروق الصغيرة. إن المنتج يمثل دائمًا حالة فردية، لكنه مؤطّر بترسيمة نمطيّة. وبدلا عن الهدم الطليعي، فإن التجديد في الكليشيهات يعد خليطًا من شكل مشروع وغير مسبوق. بالتأكيد، بعض الأعمال نجحـت في الخـروج مـن الـدروب المطروقـة، وفي التجديـد ولكـن القاعدة العامة هي في التنويع المحـدود داخـل النظـام المعـروف: مئـات مـن أفـلام الغـرب (الوسترن) طورت نفس حبكة طريـد العدالـة أو الخـارج عـن القـانون والمحـب للعـدل في الوقت ذاته، مئات الأفلام البوليسية قدمت نفس المواجهات في المدينة مع بعض الاختلافات الصغيرة في كل مرة والتـي تحسم نجـاح المنـتج مـن عدمـه. "ديناسـتي" أعـاد مـن جديـد "دالاس"، كل حلقـة مـن المسلـسل البوليـسى أو مـن الأسـطورة المعروفـة هـي اسـتغلال لأسلوب متعارف عليه، لنموذج ثابت ومتكرر، محددة صورة ماركة المسلسل. كما في الملابس أو في الإعلان، إذن فالجديد هو القانون بشرط عدم الـصدام مـع الجمهـور وعـدم الإخـلال بالعادات والتوقعات، إن ما يمكن قراءته وفهمه في الحـال يتمثـل في وجـوب تجنـب العمـل المعقد وتقديم حكايات وأشخاص يمكن تحديـدها فـورًا، تقـديم إنتـاج بالحـد الأدنـى مـن

([1]) Edgard MORIN, L'Esprit du temps, Paris, Grasset, t. I, 1962, pp. 32-37.

التفسير. اليوم، المسلسلات التليفزيونية ذهبت بعيدًا جدًا لتحصل على أقصى تفهم بدون مجهود: الحوارات بسيطة، الأحاسيس يعبر عنها بقوة وبطريقة مدعمة بإيماءات الوجوه والموسيقى المصاحبة. ثقافة الجمهور هي ثقافة استهلاك، تصنع بالكامل للمتعة الفورية وتسلية الروح، وإغراؤها يعود في الغالب إلى البساطة التي تنشرها.

ومن خلال العمل على تخفيف تعدد المعاني، واستهداف الجمهور الكبير، تم إطلاق منتجات الوجبات السريعة (فاست فوود) في السوق، فأنشأت الصناعات الثقافية في مجال العرض المسرحى أولية لمحور الزمن يصلح للموضة: إنه الحاضر. على غرار الأزياء، تحولت ثقافة الجمهور من جهة إلى أخرى ناحية الحاضر بثلاثة أضعاف. أولاً، لأن غايتها الواضحة تكمن قبل كل شيء في ترفيه الأفراد؛ المقصود أن تسلى لا أن تعلم، أو أن تسمو بالروح وترسخ قيمًا سامية. حتى إذا ظهرت محتويات مذهبية بوضوح، فهي ثانوية بالنسبة إلى هذا الهدف. ذلك لأنها بدلت كل المواقف وكل الخطابات في قانون الحداثة. يعد الحاضر التاريخي، بالنسبة للثقافة الصناعية، هو مقياس كل شيء، فهي لم تخف من الاقتباس الحر. أما المفارقة التاريخية فتكمن في استحضار الماضي في الحاضر وإعادة تدوير القديم بضوابط حديثة. في النهاية، لأنها ثقافة بدون أثر، وبدون مستقبل أو امتداد شخصى مهم، صنعت لتتواجد في الحاضر الحي. وكما هو الحال مع الأحلام وكلمة العقل، تعد الثقافة الجماهيرية، من حيث الأصل، مدوية هنا والآن، ووقتيتها المسيطرة هي نفسها التي تحكم الموضة.

نرى الفجوة التي تفصلنا عن أزمنة سابقة. خلال جزء كبير من مسار الإنسانية، تأسست الأعمال التي تسمو بالروح تحت السيطرة الجمالية للقدماء، وبنيت في سبيل تمجيد الحياة الآخرة؛ الملوك (السادة والباباوات) والسلطات اتجهت قبل كل شيء نحو الماضي والمستقبل.منذ عصر النهضة على الأقل، أثارت الأعمال بالتأكيد شغفًا بالموضة، استطاعت موضوعات وأساليب مختلفة أن تنتشر بشدة في الساحات والصالونات، واستطاع مؤلفون وفنانون التمتع بنجاح كبير جدا. لم تكن الأعمال أقل بعدًا عن ذلك، باتجاهها المؤقت، لنظام الموضة ولتعطشها الشديد للتجديد. يمثل احترام قواعد الماضي، الحاجة إلى معنى عميق والبحث عن جمال رفيع والطموح إلى الأعمال الفنية النادرة.لما كانت مهمة الفن مدح المقدس

والتراتبية، كان المستقبل هو المحور المؤقت للأعمال أكثر من الحاضر العابر: كان يجب إظهار المجد الخالد، عظمة السلالة والنفوذ، وتقديم أناشيد عظيمة، وإشارات خالدة للعظمة في سبيل الأجيال القادمة. مخلصة لدروس الماضي ومتجهة نحو المستقبل، أفلتت الثقافة هيكليا من إنتاج الموضة وعبادة الحاضر. وقد عمل النظام الشخصي للدوافع في نفس الاتجاه؛ استهدف كتابًا وفنانين، حتى هذه المرات الأخيرة، الأبد، الخلود عظمة غير زائلة. بغض النظر عن النجاح المعروف والمنشود، تاق المبدعون إلى تشكيل أعمال صامدة وراء الاستحسان المتقلب للمعاصرين. أكد بترارك أن المجد لا يبدأ حقا إلا بعد الموت، كما أن مالرميه، فاليرى، بروست لم يحتفوا بالواقعية الوقتية ووجدوا أنه من الطبيعى أن يظلوا مجهولين حتى عمر متقدم. إذن الموضة خارجة عن تنظيم الأعمال: يمكن أن تصاحبها، لا تشكل لها المبدأ المنظم. استقرت الثقافة الصناعية، على العكس، بسهولة في قابلية التلف ونفدت في أثناء البحث المهووس عن النجاح الفورى، معيارها الأقصى هو منحنى المبيعات وكتلة الجمهور. لم يمنع هذا تحقيق أعمال "خالدة"، لكن الاتجاه العام مختلف، إنه يسير نحو الزوال المندمج مع الحاضر دون النظر إلى المستقبل.

تلك الأسبقية للحاضر تظهر اعتبارًا من الآن حتى في البنية الإيقاعية للمنتجات الثقافية التي يسيطر عليها أكثر فأكثر نشوة السرعة والفورية. في كل مكان، يغلبه الإيقاع المتسرع الإعلانى، الإنتاج التليفزيونى، الأمريكى خاصة، والذي انتظم من خلال الرمز الأقصى للتسارع. غالبا لا تباطؤ، لا وقت ميت، يجب دائما حدوث شيء على الشاشة الإليكترونية، أقصى مؤثرات بصرية، إزعاج للعين والأذن، كثير من الأحداث، قليل من الأعماق. نوعا ما حلت ثقافة الحركة محل ثقافة السرد، وحلّت ثقافة غنائية أو لحنية محل ثقافة سينمائية مبنية على الصدمة وفيضان الصور، على البحث عن الإحساس الفورى، على عاطفة الإيقاع الحاد. ثقافة الروك والإعلان: منذ سنوات الخمسينيات وكل شيء يتسارع، كل شيء يحدث كما لو أن الزمن الإعلامى لم يكن سوى تعاقب للثوانى في منافسة[1]. الفيديو كليب الموسيقى لم يفعل سوى تجسيد الحد الأقصى لهذه الثقافة العاجلة. لم يعد المقصود استحضار

---

[1] A. MATTELART..., op. cit., p. 180.

عالم غير حقيقي أو رسم نص موسيقى، المقصود إثارة تتابع الصور، تغيير للتغيير سريعا أكثر فأكثر مع عدم القدرة على التنبؤ أكثر فأكثر وتركيبات اعتباطية وطائشة: كل صورة في الكليب تضاهي الحاضر، بحسب الإثارة والمفاجأة التي تثيرها فقط، لم يعد فيها سوى تراكم متباين وسريع لآثار حسية ترسم الواقعية بالألوان. يمثل الكليب التعبير النهائي عن الإبداع الإعلاني ووله بالسطح: غزا الشكل الرائج عالم الصورة والزمن الإعلامي، أنهت القوة الضاربة الإيقاعية عالم العمق والحلم اليقظ، لم يبق إلّا إثارة بحتة بدون ذاكرة تستقبل موضة.

لهذا منذ ذلك الوقت استمر زعم المهمة الايديولوجية ل "الرضا" القومي والعالمي [1] في موضوع برامج الجمهور، رغم أنهم لم يقوموا سوى برواج مؤقت: بعد عصر الوله التأملي، عصر نشوة الفيديو، لا نستوعب فيه محتويات، نفرغ ما يخصنا. ننفجر في إفراط الصورة وسرعة شريط الصورة الحاد، للا شيء، في المتعة الوحيدة للتغيير في المكان مثل سباق عوائق عقلي. حتى في أوبرا الصابون المبنية على استمرارية سيكولوجية وتطابق واضح للشخصيات، لا يمكن لأحد أن يعتقد فيه، لم يتبق شيء، كل شيء يتحرك في التنظيمات بطريقة إعادة التراكيب الأبدية. لم يعد الاحتمال همًا مسيطرًا، يمكن أن تغير الشخصيات وجوهها (كما في دالاس أو ديناستي)، الدراما تتبع مسارها. إيقاع حركة الحكاية فيها حي جدا، المشاهد والمواقف شديدة التناقض تتلاحق بدون مرحلة وسطى [2]. التطابق مع الشخصيات لا يعمل، والتلقين الأيديولوجي تم تحييده، قضي عليه بسرعة سياق شريط الفيديو، الإيقاع الموضة للمنتجات التليفزيونية اختصر نفور المتفرجين لصالح فترة من التسلية.

في كل مكان تسيطر حمى الاندفاع بشدة، وينطبق هذا على (المسرحية المتسلسلة المعروفة باسم "أوبرا الصابون التي اكتسبت الاسم من إعلانات الصابون التي كانت تعرض بالفواصل الإعلانية،) كما على أفلام البورنو. تلك أيضًا أفرغت البطء لصالح اتجاه

(1) Ibid., pp. 183-185.

(2) Jean BIANCHI, « Dallas, les feuilletons et la télévision populaire ». Réseaux, n. 12, 1985, p. 22.

شهوانى ما يهم فيه هو الألعاب المنتظمة للتراكيب فقط والتداخلات المتسارعة للجنس. لاحظنا أن البورنو استبعد كل ما هو طقسى، كل عمق، كل معنى ونضيف أنه ملازم لوقتية محددة: جنس سريع.على عكس التعرى، فيلم البورنو أو البيب شو به قليل من التأملات، إنه يعمل على " كل شيء، فورا"، العرض المفرط للأعضاء يصحبه تسريع متواصل كنوع من سباق النيازك وإثارة الزووم: البورنو هو شيء شهوانى للفورية، لحدث عملى ولتجديد تكرارى، أوضاع جديدة دائما، شركاء جدد، بهدف آلية هائجة للأعضاء وللشهوات. في هذا الجانب، فإن البورنو هو كليب للجنس مثلما أن الكليب هو بورنو فيديو موسيقى. يجب أن تمتلئ كل لحظة بصورة جديدة، بقعة شبقية، لقطة مذهلة. شكل الموضة ووقتيتها المتقطعة استثمرت حتى الجنس الإعلامى.

نجوم ومعشوقون

إذا كانت ثقافة الجمهور قد غاصت في الموضة، فهذا كله لأنها تدور حول شخصيات ساحرة ذات نجاح خارق تثير حالات عشق وشغف شديدة: نجوم ومعشوقون. منذ أعوام ١٩١٠-١٩٢٠، لم تكف السينما عن صناعة النجوم، إنهم هم الذين يظهرون اللوحات الإعلانية، هم الذين يجذبون الجمهور للصالات المظلمة، هم الذين سمحوا بإنعاش صناعة السينما الغائبة في سنوات ١٩٥٠. مع النجوم، لمع شكل الموضة بكل بريقها، الإغواء كان في أوج سحره.

وصفنا غالبا الترف والحياة العابثة للنجوم: فيللات فخمة، احتفالات، حفلات استقبال عالمية، علاقات حب عابرة، حياة متع، وزينات غريبة. حددنا أيضا دورهن في ظواهر الموضة: نجحن مبكرا جدا في محو استعلاء نساء المجتمع فيما يخص المظهر وفرضن أنفسهن كقادة للعالم. نشرت جاربو قصة الشعر متوسطة الطول، ارتداء القبعة والتويد، شهرة "الأشقر الرمادي" جاءت من جان هارلو، جوان كروفورد أغرت الجمهور بشفاهها الممدودة، مارلين ديتريش انتشرت بحواجبها المحفوفة. كلارك جيبل نجح في إبطال موضة

ارتداء التريكو للرجال عقب فيلم "حدث ذات ليلة ". أوجد النجوم سلوكيات محاكية في الجمهور، قلدنا بشكل واسع مكياج عيونهم وشفاههم، إيماءاتهم ووضعياتهم، كان هناك حتى مسابقات سنوات ١٩٣٠ لأكثر الأشخاص شبها بمارلين ديتريش وبجاربو. فيما بعد، تسريحات " ذيل الحصان" و"الكرنبة" لبرجيت باردو، الملابس المتهدلة لجيمس دين ومارلون براندو قد كانت نماذج لما يهم الشباب. اليوم أيضا، الشباب المراهق اتخذوا هيئة مايكل جاكسون نموذجًا لهم. مركزًا للموضة، النجم أيضا، بذاته، شكل للموضة بكونه كائنًا للإغراء، خلاصة حديثة للإغراء. ما يميزه هو السحر الفريد لمظهره ويمكن تعريف نظام النجم كصناعة مفتونة بصور الإغراء. النجم يجب أن يثير الإعجاب، الجمال، حتى إذا لم يكن حتمًا غير ضروري وغير كافٍ، فهو على الأقل إحدى صفاته الأساسية. جمال يقتضي الإخراج، حيلة، إعادة تصنيع جمالية: أكثر الأساليب تعقيدا، مكياج، صور، زوايا للرؤية مدروسة، أزياء، جراحات بلاستيكية، تدليك، تم استخدامها لصنع صورة لا تضاهي، الإغراء الفتان للنجوم. مثل الموضة، النجم هو تركيبة صناعية، وإن كانت الموضة تجميلاً للملابس، فإن نظام النجم هو تجميل للممثل، لوجهه، لكل أصالته .

أكثر من الجمال، الشخصية هي الضرورة الرئيسية للنجم، هذا النجم يشع ويفتن الجمهور أساسا بنموذج الرجل أو المرأة الذي ينجح في فرضه على الشاشة: جسدت جاربو المرأة صعبة البلوغ، الضعيفة، مارلين مونرو المرأة البريئة، الشهوانية، المتعالية، كترين دنوف الشهوانية القاسية. كلارك جيبل كان نموذجا مثاليا للذكر الرجولي والشريك الوقح، كلينت إيستوود يصنف بالرجل الساحر القوي والخشن. "أظهر لي ممثلة ليست ذات شخصية أُظهر لك ممثلة لا تكون نجمة " قالت كاترين هيبورن. النجم هو صورة لشخصية مبنية انطلاقا من بنية جسدية وأدوار صنعت على المقاس، نموذج لفردية متينة أو متغيرة قليلا يعثر عليها الجمهور في الأفلام. نظام النجم يصنع الشخصية السوبر التي تكون نقشًا أو صورة لماركة نجوم الشاشة الكبيرة.

قائما على مبدأ الهوية الدائمة، ألا يكون النجم، نتيجة لذلك، على النقيض من الموضة ومن تقلبه المستمر؟ سينسى أن النجم يرتكز على نفس المبادئ مثل الموضة، على تقديس الفردية ومظاهرها. كما أن الموضة هي تشخيص واضح للكائنات، أيضا النجم هو تشخيص للممثل، كما أن الموضة هي إخراج مصطنع للجسد، أيضا النجم هو إخراج إعلامي للشخصية. "النموذج " الذي يجسد النجم هو بصمته مثل أسلوب مصمم الأزياء، الشخصية السينمائية تنبثق من اصطناعية للمظاهر بنفس الروح مثل الموضة. في الحالتين، إنه نفس تأثير التشخيص والأصالة الفردية المستهدفة، نفس عمل الإخراج المذهل الذي يؤسسهم. النجم هو روعة الشخصية مثلما أن الموضة هي روعة المظهر، هم لايوجدون معًا إلا بسبب القانون المزدوج للإغواء ولتشخيص المظاهر. تماما مثل مصمم الأزياء يبتدع تصميمه من جهة لأخرى، نظام النجم يعيد تعريفًا، يبتكر، يعد المظهر العام وملامح النجوم. نفس الطموح لإعادة تصنيع كل شيء، لإعادة تصميم كل شيء بدون نموذج معد مسبقا من أجل أكبر مجد للصورة والحيلة والشخصية المشرقة. حتى يكون الرمز الإعلامي للشخصية، فالنجم ليس بعيدًا إطلاقا عن النظام ذي الفروق الصغيرة الخاص بالموضة. أصبحت الظاهرة جلية في سنوات الخمسينيات من القرن الماضي حيث ظهرت سلسلة بأكملها من النجوم النساء يجسدن تنويعات لموضوع المرأة الطفلة: البريئة مارلين، الحيوان الجنسى الصغير ب.ب(برجيت باردو)، الدمية باكر، العفريتة أودرى هيبورن. نفس السياق فيما يخص النجوم الرجال حول موضوع البطل الشاب، المتمرد، المضطرب، مثل مارلون براندو وج. ديبن: تلاهم بول نيومان، انتونى بيركنز، م.كليفت، د.هوفمان. التقديس السينمائى للشخصية يتم حسب عملية الموضة، حسب منطق مماثل لمنطق الإنتاج التركيبى ذي الاختلافات الهامشية.

على الرغم من كون السينما هي سبب ظهورهم، فإن النجوم الكبار اقتحموا سريعا عالم الأغنية وقاعات الموسيقى. المطربون الساحرون سببوا حالات الإغماء للحشود تماما مثل نجوم السينما، اجتذبوا نفس الحماسات، نفس الفضول، نفس الوله: تينو روسى، ب.جروسبى، فر. سيناترا، ل.ماريانو، تلقوا آلاف الرسائل من معجبيهم المفتونين. مع انطلاق موسيقى الروك المترتبة على ثورة الميكروسيون والبيك اب، تبدل مظهر المعشوقين

قليلا. تعدد المغنين والفرق الناجحة أطلق تسارعًا قويًا في تعاقب النجوم، حتى إن بدا أن بعض نجوم الروك الكبار يقاومون محنة الزمن، فإن العدد الأكبر قد دخل في عصر الحركية وقابلية الزوال. بتزايد إنتاج معشوقين صغار يختفون سريعا، فقد أنزل قليل من الإعجاب الثابت عددًا كبيرًا من المعشوقين من سمائهم، فازوا عن طريق تقدم مساواة الظروف. ورغم أن المعشوقين تمت إضافتهم عن طريق تقلب الموضة، فالمظهر، بالمقابل، اتخذ أهمية متزايدة. لم تولد الظاهرة في يوم: مطربو قاعات الموسيقى بحثوا منذ فترة طويلة عن تثبيت صورتهم بصريا بعرض لباس مبتكر لخشبة المسرح: طاقية موريس شيفالييه، شعر ترينت الأشعث، فستان بياف الأسود البسيط. لكن ظل الشيء المدهش محدودا، لم تنشئ الصورة انفصالًا حقيقيًا عن الحياة اليومية. مغنون برباط عنق كامل أو بقميص مفتوح، أظهر العالم البصري لقاعة الموسيقى الاحترام والرصانة. وتحت الضغط المتزايد للروك والبوب، أدخلت الصورة التمثيلية، على العكس، خلاعة الإبداع، ومزايدة المظهرية والتجديد المستمر (أمثلة بوى جورج، برنس، سيج سيج سبوتنيك): ولا العلامة الصغيرة المميزة، المتحولة تمامًا. لم يعد الأداء البصري عنصرًا تزيينيًا، إنه مكون للهوية، وأصالة الفروق. كما اتخذ بلا شك أهمية أكثر فأكثر مع تطور الفيديو كليب. كلما كان هناك فِرَق ومغنون، فرض منطق إعلاني تماما نفسه، وكان هناك اختلاف هامشي، وفرض منطق الأثر، التأثير المذهل لإبداع الموضة نفسه.

رغم أن العمل الاستعراضي ينمي حالة مسرحية مبالغ فيها، فيفقد نجوم السينما بريقهم أكثر فأكثر ونفوذهم وجاذبيتهم. إلا أن صورة النجوم شهدت تطورًا مطلقًا منذ نصف قرن: انطلاقا من سنوات الثلاثينيات، خضعت أشكال النجوم لتحولات معبرة قربتهم أكثر من المعايير الحقيقية واليومية، حل محل الجمال المصطنع، والذي يصعب الوصول إليه لنجمات الأفلام الصامتة، نموذج للنجوم أكثر إنسانية، أقل ملكية، أقل مرمرية[1]. فانطفى نموذج المرأة المغوية للرجال والتي تتميز بالروحية المجردة لصالح امرأة أكثر تجسّدا وأكثر حرارة، الأبطال المثاليون أفسحوا الخطى لنجوم ذوي جمال أقل قبولا لكن أكثر إغراء،

([1]) E. MORIN. Les Stars (1970). Paris. Ed. du Seuil. coll. Points. pp. 21-35.

أكثر شخصنة. النجم الأقرب للطبيعي وللمشاهد ازدهر مع الجاذبية الجنسية لسنوات الخمسينيات (باردو، م.مونرو) التي جسدت صورة المرأة من خلال شبق طبيعي. تحت الدفع الخفي للعمل على المساواة، خرج النجوم من عالمهم البعيد والمقدس، حياتهم الخاصة ظهرت في المجلات، صفاتهم الجنسية ظهرت على الشاشات والصور، نراهم مبتسمين ومسترخين في مواقف أكثر دنيوية، في العائلة، في المدينة، في الإجازات. تيار تدنيس الروح الديمقراطية هذا لم يكن نهاية المسار، ابتدعت السينما بالتأكيد نجومًا أكثر واقعية وأقل تحفظا ولكن دائما مزودين بجمال وبقدرة إغرائية خارج النموذج. زينات، صور، قياسات مثالية، كرم ثديي، العصر الذهبي لنظام النجم لم يتخلَ في الحال عن رونق الإفراط وروعة المثالي، نظم تشكيل حل وسط: هيئات سحرية تنفصل ظاهريًا عن المألوف ومع ذلك يمكن أن يتطابق معها الجمهور. حاليًا، كل شيء يشير إلى أن تطور أنسنة النجم وتآكل اختلافه قد وصل إلى نهاية المطاف. إنه زمن النجوم ذوي البنية الجسدية العادية، لم يعودوا يغرون لأنهم استثنائيون، لكن لأنهم مثلنا: "ليسوا هم الناس الذين يشبهونه، إنه هو الذي يشبه الناس". هذا كلام أحد معجبي جان جاك جولدمان يخاطب به، على نحو كاف، هؤلاء النجوم الجدد ذوو المظهر العادي. بدون خصوصية مزعومة مثل إيزابيل هوبرت، مارلين جوبرت، ماري-كريستين بارو. كان النجوم نماذج. أصبحوا انعكاسات، فالجمهور يريد نجومًا ودودين، إنها مرحلة أخيرة للذوبان الديمقراطي للمستويات المختلفة، مدفوعة بقوانين القرب الاتصالي التلقائية. بالتواصل والنزعة النفسية. فقد أصيبت صورة النجوم بالرتابة بفعل قيم التحليل والطب وعلم النفس التي نغوص فيها. عالم المشهد السينمائي لم يكف عن اللحاق بالحياة، والإندماج في العالم: بموازاة المظاهر العامة التجميلية الجديدة للنجوم، نراهم يتدخلون بعدد كبير من أجل إسعافات أولية أو مطاعم القلب. لا تعبر الظاهرة فقط عن انبهار إيديولوجي جماعي، إنها تترجم نفوذًا لا يقهر للنجومية. لم يعد يكتفي المعشوقون بالمشاركة خارجيا في قضايا التاريخ العظمى والاختيارات الكبيرة للانتخابات الديمقراطية، إنهم يجمعون أموالاً ويؤسسون جمعيات للدعم والإحسان ويتطوعون لمساعدة الأشخاص الأشد حرمانًا. أخذ انصاف الآلهة عصى الحجاج وعادوا بين الناس حساسين لآلام الملعونين في الأرض.

كلما تكاثر النجوم، استثمروا وسائل إعلام مختلفة. بالتوازى مع وسائل الإعلام المتعددة والنجوم المتعددين. هناك أيضا ظاهرة لها مقدمات: منذ زمن طويل، استخدم النجوم نجاحهم في قاعة الموسيقى حتى يغزوا عالم السينما (بوب هوب، سيناترا، ب.كروسبى، مونتان). هذه الظاهرة الاستثنائية نوعا ما حتى الآن، على وشك أن تصبح قاعدة، لم نعد نحسب معشوقى الشو-بيز الذين انطلقوا في السينما (ج.هاليداى، أ.سوشون، مادونا، تينا ترنر، جريس جونز)، نجوم الشاشة أصبحوا مغنّي منوعات (ى.ادجانى، ج. بيركين) هؤلاء أمسكوا بالراية (ر.زاراى، جان لوك لاهاى). بينما أصبح نجوم التليفزيون روائيين وكتاب مقالات (ب.بوافر دارفور، فر.دي كلوسيه). أرادت كائنات الإغراء التخلص من قيد الصورة وطمحوا أيضا إلى العمق. لم يعد النجوم كائنات سطحية تماما، مثل كل الناس، كانوا يتوقون للتعبير عن أنفسهم ولتوصيل رسائل معينة. فتح النجاح الطريق للتنوع، استدعى استخدام الاسم في جميع الاتجاهات، أفضل إعلانات. تحدث الشهرة هنا احتمالاً للنجاح في مكان آخر: لا يمكن إنتاج تأثير للرواج بالكامل، يمكن من خلال النجوم تضخيم الجمهور، الدخول في أفضل ظروف للنجاح.

لا تكمن غرائبية النجوم في قدرتهم على الإغراء بقدر ما تكمن في الطقس المرضي الذي يعد جوهره. هنا السؤال الأكثر إزعاجا: التنقلات العاطفية للمعجبين كيف يمكن عمل حساب لهم في مجتمع حديث بالكاد علمى وتكنولوجى؟ فيما مضى، اى.موران رأى فيهم استمرارًا للمشاعر الدينية والسحرية ضمن العالم العقلاني[1]، يشارك النجوم في الألوهية، إنهم أنصاف آلهة بأوفيائهم المحبين دون مقابل، والمناقشين لأشيائهم الخاصة، الداخلين في نشوة الوجود. ليست وجبة طوطمية بالمعنى الصارم لكن ما يقابلها، تخمة الأسرار، المقابلات، التطفلات المرتبطة بالإله.لم يستبعد السحر القديم، أن يعود للظهور في الإعجاب التقديسى للنجوم.ديانة النجوم، لكن في هذه الحالة، لماذا يجد هذا التملق روحه المفضلة في الشباب؟ لماذا تختفي سريعًا مع السن؟ وقتية هذا الشغف يجبر على مماثلته ليس إلى إظهار الدين ولكن إلى شغف بالموضة، وله مؤقت. الهيام بالنجوم ليس بنفس روح الهيام

---

(1) Ibid., p. 8 et pp. 94-97.

الديني، إنه ليس سوى صور مفرطة للشغف الحديث.على خلاف الوله الديني الملازم لهيئة رمزية لمعنى أو مضمون سامٍ، فإن وله النجوم له تلك الخصوصية التي لا تتعلق إلا بصورة، إنه افتتان بالمظهر. ما يحمس المعجبين ليس صفة إنسانية، ولا رسالة تحية، إنه سحر صورة معظمة ومجملة.عبادة للشخصية وليس عبادة للمقدس، طقس جمالي غير عادي. حلم يقظة حميم وتصوف سامٍ.

ليس هناك سوى استمرارية شكلية ومفتعلة بين حب الله وحب النجوم، تشابه مجرد يخفي تفاوتًا منطقيًا دون معيار مشترك. حالة تقوم على تأسيس رمزي يفصل الدنيا عن عالم آخر مؤسس، يتضمن نظامًا مقدسًا قاطعًا للمضامين الصارمة للإيمان وطقوس مشتركة وتعاليم الزامية. لا شيء من ذلك مع تقديس النجوم الذي لا يعد مؤسسة اجتماعية ولكن تعبير عن شخصيات مشتتة بكل ما تستوجبه هذه الظاهرة من مطالب ذاتية، توهمات ونشوات، سلوكيات منحرفة، غير مسيطر عليها، غير متوقعة. وراء الهيستريا الجماعية. هناك الحركة الشاذة للشخصيات، فيما وراء تقليد المعشوق، هناك تطلعات وأحلام لا تقارن للأشخاص كشفتها خطابات المعجبين.بعيدا عن كونها سلوكًا قديمًا، وتقديسًا للنجوم هي نموذجيًا فعل حديث فردي يرتكز على التحرك إلى الحالة الحرة للأفراد: لا مبدأ، لا عنصر مؤسسًا للإيمان، لا طقوس ملزمة، لا شيء سوى ثورة العواطف الغرامية والتوهمية للمسائل الشخصية .

لا نرى سوى جزء من الظاهرة عند التحدث عن الشكل الحاد للنفور والتبعية. في الحقيقة، عن طريق تملق النجوم، استطاعت سلوكيات جديدة أن تظهر، فتح الشباب جزءا، مهما كان طفيفا، للاستقلال، متخلصين من عدد من سلطات ثقافية ومقلدين أوضاعًا جديدة ومتحررين من تأثير أوساط انتمائهم، بدون قيد للمعشوق، يظهر المعجب بذلك ذوقًا شخصيًا، وميلاً ذاتيًا، يؤكد فردية بالنسبة إلى بيئته العائلية والاجتماعية. إظهار التبعية للكائنات، تقديس النجوم هو بشكل متناقض وسيلة لاستقلالية فردية للنجوم. امتلاك معشوق: طريقتهم ليظهروا، من خلال الغموض، فرديتهم الخاصة، طريقة للوصول إلى شكل للهوية الذاتية وللمجموعة. إذا كانت الظاهرة تظهر عند الشباب هذا لأن في هذه

السن الأذواق والميول الجمالية هي الوسائل الأساسية لإثبات الشخصية. تقديس النجوم، على الاقل خلال العصر الذهبي للسينما، كانت ظاهرة نسائية أساسا: في سنوات ١٩٤٠، حوالي ٨٠ ٪من المعجبين كانوا من جنس النساء. لا شك أنه ليس لنفس الأسباب، كان للفتيات، وسائل أقل بكثير من الأولاد لفرض استقلالهن. كان الإخلاص للنجوم بالنسبة لأجيال من الفتيات هو طريقة لخلق قارة لهن، لفتح أفقهن العاطفي للوصول إلى نماذج جديدة للسلوك.

كل شيء يجعلنا نفكر أن هذا الاختلاف بين الجنسين في طريقه إلى التلاشي في جنون تحرير الأخلاق والتحرر النسائي. في الوقت الحاضر، تتميز عبادة النجوم أقل بهوية المعجبين عن السن المبكرة أكثر فأكثر الذي يظهر فيه: حمى مايكل جاكسون كسبت، في السنوات الأخيرة، أطفال العشر سنوات. كيف نندهش لذلك في مجتمع تتناقص فيه السلطة العائلية ويرتكز فيه التعليم على قانون الحوار والتواصل. في هذه البيئة المجتمعية، تظهر رغبات الاستقلال مبكرا أكثر فأكثر مع تلهف أكثر فأكثر. بإظهار أذواق وميول سارية المفعول في مجاميع الشباب، أطلق الأطفال والشباب المراهقون آلية الاستقلالية الفردية، عملية الانفصال الذاتية، فتح معايير النفس، كانت تلك لمجموعة الأقران.

تقديس النجوم ليس عقارًا للجمهور، إنه لا يتوضح من منطلق " بؤس الحاجة "، من الحياة الكئيبة الغافلة للمدن الحديثة [1]. لماذا منذ ذلك لم ينتشر عند البالغين؟ لأنه على قدر ما إن الظاهرة ملازمة للبحث عن الهوية والاستقلال الخاص، فهي لا يمكن أن تظهر إلا في العالم الديمقراطي، حيث يتم انحلال النظام الترويجي-غير العادل وتفكك فردية النسيج المجتمعي. علامة النجوم في عالم فيه الأماكن والأدوار محددة من قبل بحسب نظام معد مسبقا منذ الأزل. إن التفاوت بين المعجب والنجم ليست هي التي تربط بين المؤمن والله، إنها تلك المرتبطة بالثورة الديمقراطية، حيث يمكن لجميع الكائنات المتحررة، الحرة، أن يجدوا أنفسهم داخل بعضهم، حيث يرغب المرء في معرفة كل شيء عن الخصوصية اليومية للآخر، ويمكنه التعبير عن حبه بلا عائق أو حاجز، من الجانب الآخر اختلافات العمر،

---

(1) Ibid., p. 91.

للمراتب الاجتماعية، للمشاهير. هذا لأنه لم يعد هناك صيغ محددة للمشاركة الانتمائية بين الكائنات إن العاطفة الغرامية يمكن أن تتخذ شدة جامحة، هذا لأن هناك تفاوتًا جوهريًا بين الأفراد يفتح احتمالية إعجاب يكون فيه الشخص المعجب به هو في نفس الوقت صديق حميم، أخ كبير، موجه للضمير، محبوب مبتغى، حيث المنزلة الأسطورية لا تمنع الرغبة في معرفة تفاصيل الحياة الخاصة والقرب-العفوى من الأشخاص.العاطفة الغرامية المتحررة من كل قانون اجتماعى إلزامى يمكن أن تستغل كل الأشكال الأكثر تحفظًا، بدون قاعدة، حسب النزوات المتنوعة لكل منهم. هناك ما هو أكثر من سحر نظام النجم، أكثر من الحاجة الإنسانية للأحلام وللتطابقات الوهمية، هناك آلية المساواة الديمقراطية التي حررت الشعور العاطفي من أي إطار شعائرى.

وسائل الإعلام تخترق الشاشة

لا شك أن النجاح الهائل الذي حققته المظاهر المختلفة للثقافة الإعلامية لا توضع على حساب قدرتها على تقديم عالم من الاغتراب، الترفيه، النسيان، الحلم. عدد لا يحصى من الدراسات التجريبية استطاعت، بلا مخاطرة كبيرة، الإشارة إلى أن الهروب كان هو الحاجة البدائية التي يقوم عليها الاستهلاك الثقافي. عند علماء اجتماع مثل لازارفلد أو مرتون وأكثر عند فلاسفة مثل ماركيوس أو ديبور، فإن ثقافة الهروب أصبحت أفيون الناس المكلفين بإلهاء الناس عن شقائهم ورتابة الحياة اليومية. كرد فعل للنفور المعمم والتخيل الصناعى المذهل والترفيهي. ولّد المنطق البيروقراطي-التكنوقراطى بزيادة تجزئة المهام السلبية والتدنّي المهني، الضيق وانعدام المسئولية، العزلة والإحباط المزمن للنفوس. ثقافة الكتلة الإعلامية تنمو على هذه الأرض، لها القدرة على الالهاء عن الواقع، أن تفتح قليلا المجال اللامحدود للإسقاطات والتطابقات. نحن نستهلك في العرض ما تأباه علينا الحياة الواقعية: من الجنس لأننا محبطون منه، من المغامرة لأنه لا شيء مثيرًا يهز وجداننا من يوم لآخر، أدب مسهب اجتماعى وفلسفي طور بها يكفي إشكالية النفور والتعويض تلك. بتشجيع المواقف السلبية، بإنهاك قدرات المبادرة والإبداع، بإحباط الأنشطة النضالية. لم تقم

ثقافة الحشد سوى باتساع دائرة النزعات الذاتية، العمل كـأداة تكامـل للنظـام البيروقراطـي والرأسمالي.

إن كانت ثقافة الحشد بالتأكيد موجهة بشكل واسع لإرضاء الحاجة إلى الهروب لـدى الأفراد، ماذا عن آثارها على أبعد مدى؟ بتحليل الثقافة الإعلاميـة كوسـيلة للإلهـاء، فـنحن نفعل كما لو أن كل شيء تلاشى في مرة الحلم الذي تحقق، كما لو أن الظـاهرة لم تـترك أى أثـر ولم تبدل سلوكيات وإحداثيات الجمهور. هـذا لـيس الحـال بالتأكيـد. عـلى الجانـب الآخـر لقناعاتها النفسية الواضحة، فإن ثقافة الجمهور كان لها وظيفة تاريخيـة محـددة: إعـادة توجيـه المواقف الفردية والجماعية، نشر مستويات جديدة للحياة.مـن المـستحيل فهـم جاذبيـة ثقافـة الجمهـور دون الأخـذ في الاعتبـار المرجعيـات الأيديولوجيـة الجديـدة، النـماذج الوجوديـة الجديدة التي نجحت في نشرها في جميع الطبقات الاجتماعية. في هذه المرحلة، إن التحلـيلات الشهيرة ل أى.موران موضحة وعادلة تماما: عملت ثقافة الحشد منـذ سـنوات العـشرينيات والثلاثينيات كعامل تسارع في اضمحلال القـيم التقليديـة والـصارمة، لقـد فتتـت أشـكال السلوكيات المتوارثة من الماضي مقدمة نماذج جديدة، أنماط حياة جديدة قائمة عـلى التحقيـق الذاتي، التسلية، الاستهلاك، الحب. مـن خـلال النجـوم والـشبقية، الرياضـات والـصحافة النسائية، الألعاب والمنوعات، مجدت ثقافة الحشد حياة الترفيه، الـسعادة والرفاهيـة الذاتيـة، شجعت الخلق اللعبى والاستهلاكى للحياة[1].ساعدت الموضوعات الرئيسية لثقافـة الحـشد بقوة في التأكيد على شكل جديد للفردانية الحديثة التي يستوعبها إنجازها الخاص ورفاهيتها. بتقديم، تحت أشكال متعددة، نماذج لتحقيق الذات الوجودي وأسـاطير مركَـزة عـلى الحيـاة الخاصة، فإن ثقافة الحشد هي ناقل أساسي للفردية المعاصرة إلى جانـب أو حتـى سـابقًا عـلى ثورة الاحتياجات.

لكن كيف ندرك هذه الفردية؟ من الملحوظ أن تحـدي الـسؤال المـشار إليـه، والفكـر الأكثر ترحيبًا بثقافة الحشد سـوف يـرتبط سريعًـا مـع إشـكالية الـسلبية والتحـرر ومواسـاة الضمائر. لم تعمل ثقافة الحشد سوى على إنتاج فردية مـستعارة، وجعلـت "جـزءًا مـن حيـاة

---

(1) E. MORIN, L'Esprit du temps, op. cit.

مستهلكيها تخييليًا. وحوّلت المشاهد إلى شبح، وعكست فكره على مجموع عوالم الصور والخيالات، وتفصل روحه من خلال المزدوجات اللانهائية التي وجدت من أجله...فمن ناحية، تغذى ثقافة الحشد الحياة، ومن ناحية أخرى، تصيب الحياة بالضمور[1]". فإنتاجها "باهر"، ولاتقدس الفرد إلا في الخيال، بل إنها تضخم السعادة لاغية واقعية الحياوات الملموسة، وتعمل على " العيش بواسطة تفويض خيالي". إنها فردانية مرضية تنشأ مجرّدة من نفسها بواسطة صور الخيال المبتهجة. إن المعايير الفردانية هي، في الجزء الأكبر منها، تعمية، وهم لا يفعلون سوى امتداد لمواساة مخدر الشعوب بطريقة أخرى. في الوقت ذاته يوجد، مستترًا، المنتج الواقعي لثقافة الحشد الذي يحمل للديمقراطيات، على المدى الطويل، مساهمته المفارقة، لكن المؤثرة في انطلاق الاستقلالية الذاتية.بانحراف ميثولوجيا السعادة عن الحب والترف، سمحت ثقافة الموضة بتعميم رغبات إثبات الذات والاستقلالية الفردية.وأطلقت نماذج الرجل العصامي وقصص الحب في الروايات المصورة أو على الشاشة والنماذج المتحررة للنجوم أطلقت إشارات جديدة للأفراد تحفزهم على العيش لأنفسهم أكثر وأكثر، وعلى الانفصال عن المعايير التقليدية، وأن يتمسكوا بإدارة حيواتهم. حاكت ثقافة الحشد النجوم: طريقة استثنائية لفصل الكائنات عن أصولهم الثقافية والعائلية، لتغذية الأنا بشكل يفوق الكيان نفسه. بانحراف الهروب الخيالي، أصبحت ثقافة الطيش جزءًا من انتزاع الاستقلال الخاص الحديث: القليل من الفروض الجماعية والكثير من النماذج المتطابقة وإمكانات التوجهات الشخصية، نشرت الثقافة الإعلامية قيم العالم البرجوازية الصغيرة، وكانت حاملا للثورة الديموقراطية الفردانية. لا يمكننا سوى التأكيد على: أن الظاهرى لا يقتصر على تأثيراته المرئية، بل هناك إيجابية تاريخية للحيل، فقد خلصت الموضة المكتملة الأفراد من الضوابط الاجتماعية المتجانسة والمقيدة أكثر من إخضاعهم لنظامها المبهج.

لكن مرحلة جديدة قد ظهرت: إن تأثير الثقافة الصناعية لم يعد ما كان عليه، لم يعد يمكن تصميمها على النموذج الذي نتجت منه منذ الثلاثينيات.خلال العصر الذهبى كله، فرضت ثقافة الحشد نفسها بشدة على مجتمع شديد التعلق بشكل واسع بأصول متمسكة

([1]) Ibid., p. 238.

بالتقاليد، بضوابط متزمتة أو ممتثلة.حتى بنفس سبب هذا الفصل، قد كان لها دور كبير في التثاقف العصرى، في إعادة هيكلة السلوكيات. حاليا، هذه الهوة مغطاة بالمجتمع الذي شابه على نطاق واسع الضوابط المتسامية من قبل بالسينما لم يعد تفتنه ثقافة مختلفة.منذ عام ١٩٦٠، أعادت ثقافة الجمهور أكثر إنتاج القيم السائدة التي لم تعد تقدم الجديد منها، بالأمس، استبقت روح الزمن، كانت متقدمة على الأخلاق، اليوم، لم تعد تفعل سوى اتباعها أو مصاحبتها، لم تعد تقدم أقطاب تماثل في الانقطاع، إن مستويات الحياة التي تعرضها الثقافة الإعلامية هي نفسها المعمول بها في الحياة اليومية: صراع الزوجين، دراما عائلية، مخدرات، مشاكل السن، الإدمان، العنف، أشكال الخيال الصناعى لم تعد تقدم جديدًا إطلاقًا. هي على الأكثر ضخمت ما نراه كل يوم حولنا. بالتأكيد، ظلال خيال بعوالمه شديدة الإدهاش وغير المألوفة. لكن هذه الأبعاد المألوفة يجب ألا تخفي إلا الموضوعات والأساطير المنقولة هي صدى للمجتمع. بدلا عن تعليم أسلوب جديد للحياة ليس هناك سوى تعزيز للبحث الفردانى الموجود على جميع مستويات الهيكل المجتمعى.شاهدوا دالاس: كل شيء في اتجاه يفصلنا عن عالم الإنسان العادي (علاقات مهمة، والترف)، كل شيء على جانب آخر يستدعى هموم ومشاكل كل شخص (تفرق زوجين، دراما الطلاق، الرغبة في تحقيق الذات). و إن استمرت في تسريع عملية التفرد، فلا يرجع ذلك لموضوعيتها الخاصة بقدر ما يرجع إلى كوكتيل الخيارات والتنوعات: دائما كثير من الأساليب الموسيقية من المجموعات، من الأفلام، من المسلسلات، لم يستطع هذا سوى أن يثير أكثر من مفاضلات صغيرة، احتمالات تأكيد اختلافات أكثر شخصنة أو أقل. لكن الضرورى أنه في مكان آخر تكتمل آلية إضفاء الذاتية على الأشخاص.

من الآن فصاعدا تولى الإعلام الأمر، وهو الذي ينتج التأثيرات الثقافية والنفسية الأكثر تعبيرا، بصورة شاملة حل محل أعمال الخيال في تطور حركة الاشتراكية الديموقراطية الفردانية. كان لمجلات المعلومات، المناظرات والتحقيقات انعكاسات أكثر على الوعي، مما هو على نجاح شباك التذاكر أو طموحات تدعو إلى إعادة تنظيم ذاتية أكثر من كل الساعات التي تمضي أمام أعمال الخيال الصناعى. بالتأكيد، منذ زمن طويل، لم ينقص الإعلام، بواسطة الصحافة المكتوبة والإذاعة، أن يفتح مجال نظر الأفراد، لكن مع تطور التليفزيون، اتخذت

الظاهرة نطاقًا غير مسبوق. باستمرار بث المعلومات الأكثر تنوعًا على الحياة في المجتمع، من السياسة للشبقية، من علم الحمية للرياضة، من الاقتصاد لعلم النفس، من الطب للاختراعات التكنولوجية، من المسرح لفرق الروك، أصبحت وسائل الإعلام أدوات مدهشة لتشكيل ودمج الأفراد. مستحيل فصل الفردانية المعاصرة عن فردانية وسائل الإعلام: فمع فيض المعلومات متعددة الخدمات والمعارف التي تنقلها عن عوالم أخرى وعقليات أخرى وأفكار أخرى وممارسات وتطبيقات عملية أخرى، ينقاد الأفراد حتمًا إلى "اتخاذ موقف"مما يرونه، إلى المراجعة السريعة للآراء التي يتلقونها، وعقد مقارنات بين هنا وهناك، بين نفسهم وبين الآخرين، بين ماقبل ومابعد. تقوم التحقيقات والمناظرات التليفزيونية والأخبار بطرح الأسئلة الأكثر تنوعًا، بوجهات النظر المختلفة، والإيضاحات المختلفة. كما يساهمون في إضفاء الفردانية على الآراء وتنويع النماذج والقيم المرجعية، زعزعة الأطر الشائعة التقليدية، في الكون أقل تبعية لثقافة واحدة ومطابقة. كعدسة زووم دائمة، يحرر الإعلام في الديمقراطيات الأرواح من حدود عالمهم الخاص، إنه ماكينة لتحريك الأنفس، لتخفيف فرص المقارنة التي نعرف عنها، منذ روسو، الدور الأساسي الذي تلعبه في تطوير الإدراك الفردي.

أيا كان دور الإعلام اللطيف، أيا كان حجمه المضلل، من المستحيل أن نستمر في إثبات أنه بانحرافه "يميل المنطق للتحول إلى استهلاك"، "إن استهلاك ثقافة الحشد لا تترك أى أثر وتوفّر تجارب آثارها ليست تراكمية لكن ارتدادية[1]". الانعكاس النخبوي-عقلاني واضح هنا: إن ما يسلّي لن يحسّن تعليم الروح، ما يلهي لا يمكنه سوى تحريك مواقف نمطية، ما يتم استهلاكه لا يمكنه سوى عرقلة الاتصال العقلاني. ما يغري الجمهور لايمكنه سوى توليد آراء غير منطقية، ما هو سهل ومبرمج لا يمكنه سوى إنتاج قبول سلبي. تفسير خاطئ جذرى: عالم الإعلام يؤدي بشكل واسع إلى هز الأفكار المتلقاة، إلى قراءة، إلى تطوير الاستخدام الناقد للعقل، إلى إثارة طلب الحجة، كان هذا في إطار بسيط، مباشر، نظامى

---

(1) **Jurgen HABERMAS, L'Espace public, trad. Franç. Paris, Payot, 1978, p. 169 et p. 174.**

قليلا. يجب إجراء مراجعة عن عمق الجوهر: الاستهلاك الإعلامي ليس مدمرًا للعقل، الشيء المذهل لا يلغي تشكيل الفكر الناقد، إن عرض الإعلام يتبع مسار الأضواء.

وأيضا بخلاف أن الاعلام يشارك في ازدهار الفردانية. نتكلم كثيرا عن "القرية العالمية"، عن انكماش الكون الذي تسببه وسائل الإعلام، يجب إضافة أنها في نفس الوقت أداة مدهشة للإفراط في استثمار الأنا. تبقينا وسائل الإعلام على علم بالتهديدات المتعددة التي تحيط بنا، إنها تطلعنا على السرطان، إدمان الكحوليات، الأمراض الجنسية المعدية وغيرها، إنها صناديق صدى للمخاطر المختلفة التي تتربص بنا على الطرقات، على الشواطئ، في العلاقات، إنها تبلغنا بالاحتياطات الواجب أخذها للحفاظ على اللياقة وضمان أمانها. كل تدفقات المعلومات هذه لها آثار دافعة للمركز. إنها تدفع الأفراد إلى مراقبة النفس أفضل، إدارة أجسامهم، وجمالهم وصحتهم "بعقلانية"، إلى رعاية أنفسهم بانتباه أكثر، منتبهين إلى انطباعهم العام المقلق، الكارثي أحيانا، بالقضايا المختلفة. كلما كان لدى الأفراد معلومات أكثر، أخذوا على عاتقهم كيانهم الخاص أكثر، وكانت الأنا محل اعتناء، ورعاية ذاتية، تدابير وقائية. حتى عندما تجتهد في عدم التهويل، فإن وسائل الإعلان تنتج القلق والجزع المتفشي. مصدرًا للانشغال النرجسي. إذن ولو أنها تقلق تحت الحقن المتواصل فإن وسائل الإعلام تعمل على تبرئة سلوكيات متعددة (المدمنين، نساء مغتصبات، الضعف الجنسي، ادمان الكحول... إلخ): كل شيء يظهر فيها، كل شيء يقال فيها، لكن بلا حكم معيارى، إنها وقائع للتسجيل وللفهم أكثر منها للإدانة. وسائل الإعلام تعرض تقريبا كل شيء وتحاكم قليلا، إنها تساهم في تنسيق المظهر العام الجديد للفردانية النرجسية المهمومة لكن متسامحة، في الأخلاقية المنفتحة، في أنا عليا ضعيفة أو متقلبة.

نجحت وسائل الإعلام، في عدد من المجالات، أن تحل محل الكنيسة، المدرسة، العائلة، الأحزاب، النقابات، كحجة للتنشئة الاجتماعية ونقل المعرفة. عن طريق وسائل

الإعلام أكثر فأكثر نحن نتعلم مسار العالم، إنها هي التي تسلمنا المعطيات الجديدة القادرة على تكييفنا مع بيئتنا المتغيرة. التنشئة الاجتماعية للكائنات عن طريق العرف، الدين، الأخلاق يفسح المجال أكثر فأكثر لفعل الإرشاد الإعلامي وللصور. نحن خارجون بالتأكيد مما يسميه نيتشه " أخلاقية الأخلاق ": إن استعباد الإنسان القاسي المستبد لأخيه الإنسان، العامل منذ عمق الأزمان، كما التعليم الصارم حل محلهم نوع من التنشئة الاجتماعية مستجدة تماما، ناعمة، جمعية، قمعية، تعمل بالاختيار، بالواقعية، بمتعة الصور.

تكمن خصوصية الإعلام في فردنة الضمائر وتفريق الهيئة الاجتماعية بمحتوياته التي لا تحصى، بينما فضلا عن ذلك، إنه يعمل في نوع من التجنيس عن طريق الصيغة نفسها للغة الإعلامية. تحت ما يفعله خاصة، لا تكف الأنظمة الأيديولوجية الثقيلة عن فقدان سلطتها. إن الإعلام عامل محدد في سياق استياء أنظمة الوعي الكبيرة التي تصاحب الثورة المعاصرة في المجتمعات الديمقراطية. ومن خلال منطق الحدث الواقعي، لم يكف الإعلام في المجتمعات الديمقراطية عن الحد من تأثير التطلعات العقائدية، إنه يصطنع إدراكا غريبا أكثر فأكثر عن التفسيرات الدينية للعالم، عن الخطابات النبوية والعقيدية. وهذا، ليس فقط بواسطة الأخبار اليومية المقسمة والمتقطعة والدقيقة، لكن أيضا بواسطة انحراف كل هذه الإصدارات، حيث يتدخل الخبراء، رجال العلم، مختلف المتخصصين يشرحون بطريقة بسيطة ومباشرة للجمهور الحالة النهائية للتساؤلات. تسير وسائل الإعلام نحو السحر المتميز للموضوعية الوثائقية والعلمية، إنها تنسف التفسيرات الشاملة للظواهر لصالح تسجيل الأحداث والتركيبات إلى وضعية سائدة. على الرغم من أن الأيديولوجيات الكبيرة تميل إلى التحرر من الواقع الفوري المفترض والمضلل مستخدمة " قدرة المنطق التي لا تقاوم"، الإجراءات الصارمة للحسم، التفسيرات النهائية الناتجة عن المقدمات المطلقة[1]، فإن الإعلام يقدس التغيير، التجريبي، النسبي، العلمي. قليلاً من التعليقات وكثيرًا من الصور، قليلاً من التركيبات النظرية كثير من الأحداث، قليلاً من الوعي كثيرًا من التقنية. الحدث يعقب المحاجات مفرطة التناسق، المعطيات الحدثية تعقب الأحكام المعيارية، الومضات

([1]) Hannah ARENDT, Le Système totalitaire, Paris, Ed. du Seuil, pp. 215-224.

تعقب العقائد، الخبراء يعقبون الأيديولوجيين. روعة الحاضر، السبق والواقعية المؤقتة وتعقّب المستقبل المشرق. بإخراج الحداثات وإيجابية المعرفة، تذهب وسائل الإعلام حظوة روح النظام، إنها تشيع حساسية الجمهور للرؤى المجمعة للعالم، للادعاءات المغالية للحجج جدلية فرط منطقية، إنها تدعم ظهور روح.فرط واقعية، مأخوذة بالوقائع، بالمباشر، بالتجربة المعاشة، بالتحقيقات، بالحداثات. إن توجيه الأفراد بالقيم، بالطبع -لم يختف مطلقًا، لقد اختلط بالشهوة الواقعية للإعلام وسماع الآخر. هدأ بتآكل الإيمان في الأديان العلمانية. إن كان الإعلام محفزًا للتشتت الفرداني، فلم يصل إليه سوى كونه ناشرًا في نفس الوقت قيمًا عامة للحوار، للذرائعية، للموضوعية لمشاهد ذات ميل واقعي، نسبوي، منفتح.

أن نقر أن وسائل الإعلام تميز الكائنات بواسطة تنوع المحتويات، لكنها تعيد خلق وحدة ثقافية معينة عن طريق معالجة رسائلها، النقاش الحالي حول التأثيرات الاجتماعية "للتليفزيون المجزأ" ربما يفوز بوضوح. نحن نعرف مصطلحاتها[1]: أحيانا نقيم التهديد الذي تزنه النسبة التخفيفية لشبكات الاتصال على الوحدة الثقافية للأمم، لم تستطع زيادة القنوات والبرامج سوى زيادة تقسيم الهيكل الجماعي وإعاقة التكامل المجتمعي.عما قريب، على العكس، نشير إلى أنه كلما سيكون هناك خيار سمعي بصري، اصطفت البرامج بعضها فوق الآخر وكلما سيتنامى التقنين الاجتماعي. صراع قديم يعود لمركزه: فرط انحلال على نقيض فرط تجنيس. في الواقع، تشتت وسائل الإعلام لن يحول بعمق الآلية التي أطلقها ازدهار اتصالات دوائر الحشد، ستطور الظاهرة في نفس الاندفاع دوائر الفردانية والتجنيس الثقافي. من جانب، زيادة البرامج والقنوات لم تستطع بعثرة أذواق الأشخاص وتحريك أهواء الاستقلالية الخاصة. من الجانب الآخر، فإن النسبة التخفيفية للبرامج لن تكون بالتأكيد بحسب طرق راديكالية معاكسة، سيتم استخدام نفس المبادئ الاتصالية: إغواء الجمهور، الإلهاء، تقديم الواقعية الملتهبة، استهداف التأثير أكثر من الإثبات الأكاديمي. أيا

---

[1] Jean-Louis MISSIKA, Dominique WOLTON, La Folle du logis, La télévision dans les sociétés démocratiques, paris, Gallimard, 1983, pp. 265-273.

كانت تشكيلة الخيارات، ستتم معالجة نفس الموضوعات الإشكالية الكبيرة وسيتم نشر نفس المعلومات الأساسية، ستجذب البرامج الناجحة جمهورًا متزايدًا. لن تكف وسائل الإعلام عن تعزيز ثقافة الواقعية، الفعالية، التبادل الاتصالى، الموضوعية. الاتصال التليفزيونى المجزأ سيدفع درجة الميل الكبير لإزالة تكتيل الذاتية وفي نفس الوقت ذلك التثاقف الفرط واقعي. الرابط الاجتماعي ليس مهددا بالتمزق، على الأكثر سيلين زيادة، متيحا الفرصة للحركات البهلوانية للشخصيات الفردية على أساس ثقافة وأيديولوجيات بلا حماسة. نحتفظ نحن بسيناريوهات خيال علمى: إزالة تكتل وسائل الإعلام ليس نذير عدم تكامل اجتماعي. العكس هو الصحيح، كلما وجد اختيار حر وفردانية، كان التكامل الاجتماعي كبيرا، وكان لدى الأفراد فرصة التعارف داخل مجتمعهم، أن يجدوا في وسائل الإعلام ما يتصل بتوقعاتهم ورغباتهم.

تسهم وسائل الإعلام في تطوير صلة جديدة للأفراد بالمعرفة، بإفراغ النظام الأيديولوجى الأعمّ من مصداقيته، بوضع ثقافة قائمة على الوقائعية والروح العلمية والحداثة، عن طريق الصحافة والتليفزيون، يكون الأفراد على علم أكثر فأكثر، على موضة مهضومة وسطحية وبـ "ما يحدث " في العالم، أجزاء كاملة مما نعرفه يأتى من وسائل الإعلام، ليس فقط فيما يخص المعارف العلمية والتقنية الأخيرة، ولكن أيضا فيما له أثر على الحياة اليومية العملية. ما يوجهنا يعتمد أقل فأقل على المعارف التقليدية وأكثر فأكثر على عناصر ملتقطة هنا وهناك في وسائل الإعلام. كيف نتغذى، كيف نظل شبابا، كيف نحافظ على الصحة، كيف نربى أطفالنا، ماذا يوجد هناك للقراءة ؟: لكل هذه الأسئلة، إنها التحقيقات وأعمال التعميم التي لا تجلب، بالتأكيد، إجابة نهائية، لكن الضوابط، المعطيات، معلومات النقاش. ينتج عنها معرفة للجمهور ضعيفة بشكل أساسي، متشابهة أقل فأقل في العمق. لوسائل الإعلام كأثر زعزعة المضامين وتنظيم المعارف: محل المعرفة المغلقة لكن مسيطرا عليها من العالم التقليدي، حلت ثقافة جمهور ممتدة أكثر، لكن أيضا سطحية أكثر ومفككة أكثر. تحدد وسائل الإعلام نمط ثقافة فردية تتميز بالتمرد، التشتت، التشويش النظامى: لم يعد لديها معارف ثابتة، معرضة بإفراط لرسائل متغيرة لا تحصى، الأفراد متقبلون أكثر بكثير لحداثات الخارج، متأرجحون في اتجاهات مختلفة وفقا للمعلومات المتلقاة. كذلك

فإن علاقتنا بالمعرفة مطاطة أكثر فأكثر؛ فنحن نعرف أشياء كثيرة ولا شيء صلبًا أو متشابهًا أو منظمًا تقريبًا. ثقافة كل انسان تشبه مزيجًا متقلبًا أو بناءً مفتتًا سيطرتنا عليه محدودة، كما قال ج. كازنوف: " ثقافة فسيفسائية أو عاطفية". رغم أننا نقصي المذاهب المتآلفة، فإننا متقبلون أكثر لمعلومات الحاضر وللحداثات، ربحنا ما نحن عليه بشكوكية مبهمة ذات محتوى واقعي. أذاب الإعلام صلابة القناعات وجعل الأفراد قابلين للاختراق، مستعدين للتخلي، دون عذاب كبير، عن آرائهم وأنظمة مرجعياتهم. الفرد النرجسي الحديث، غير المستقر، المزعزع في قناعاته، وفقًا لثقافة اللبان، هو ابن الإعلام. آراء رخوة ومرنة، انفتاح على الواقع والحداثات، وسائل الإعلام، بالاشتراك مع الاستهلاك، أتاحت للمجتمعات الديمقراطية أن تعبر إلى سرعة تجريب اجتماعية أسرع وأكثر مرونة. وسائل الإعلام ليست تسوية منطقية للسيادة الاجتماعية، لكن تسطيحًا وحركية للمعرفة، ناقلات لقدرة عليا على تغيير جماعي وفردي.

هل هناك احتياج، وفقًا لما سبق، للتمسك بكل ما يفصلنا عن تحليلات ماك لوهان مفرطة المادية ؟ في الواقع، انه ليس وقت الرسائل الوسطية بل لابد من إعطاء التفاصيل المركبة دورها في التحولات الثقافية والنفسية لزمننا. حتى التليفزيون بتأثيره "نصف البارد" لا يؤثر إلا قليلا في التقلبات الأنثروبولوجية للعالم المعاصر. إن انفجار الإعلام وإعادة تنظيمه وفقًا لقانون الموضة يعد عاملًا رئيسيا لقفزة فردانية نحو الأمام. من الطريف أن يرى ماك لوهان أن التليفزيون يحدث " مشاركة عميقة" وانخراط نفسي ، رغم أنه يعمل، في الوقت ذاته، وعلى العكس تماما مما سبق، على جعل المشاهدين غير مبالين، وكذا إماتة المشهد السياسي وتسريح الأفراد من الميدان العام. نحن نشاهد التليفزيون من الخارج، نسمع بشرود، ننتقل بسرعة بين الصور، نقفز من محطة لمحطة، نفعل كل شيء عدا الاندماج الشديد. الحاجة المتزايدة للحافز الذاتي وللتعبير عن الشخصية التي نستحضرها لا تخص سوى الأنا الحميمة. كل شيء يدعو إلى مزيد من التحفظات على القدرة المزعومة لصورة الفيديو، بصفتها صورة أضعف من أن تكون مصدرًا لعادات الإدراك الجديدة والخبرة: القول إن الصورة فقيرة التفاصيل تقنيًا تجبر مشاهد التليفزيون، باستمرار، على إكمال

فراغات الحبكة بمشاركة حسية وعصبية وحركية عميقة"(1)، ليس سوى براعة تحليل ورياضة جدلية تدور في الفراغ، حاجبة الدوافع المتعددة والمعقدة كي تصبح جزءًا من الفردانية الديمقراطية. إن مرونة المواقف، والولع بالحميمية والتعبير عن النفس، ظواهر حقيقية لكنها بعيدة عن أن تتصل بصورة الفيديو ذات الكثافة الضعيفة، يجب أن تكون في مجرة القيم الديمقراطية (استقلال، مذهب المتعة، نفسانية) مدفوعة بثقافة الحشد ومدفوعة أكثر بنظام الموضة المكتسبة.

المعلوماتية تلعب وتريح.

إن الدور الرئيسي للإعلام في تطور سياق إضفاء الطابع الاشتراكي وإضفاء الطابع الفردي ليس منفصلا عن تاريخه المذهل والسطحي. مكرس للموضوعية والحدثية، الإعلام ليس مكانًا مطلقًا لعمل الموضة، لقد أُعيد تشكيله في جزء كبير عن طريق ضرورات العرض والإغواء. هو يمثل إضافة بالتأكيد، لكن في داخل المتعة، التجديد، الإلهاء. إن كل برامج ذات دعوة ثقافية أو معلوماتية يجب أن تتبنى منظور الترفيه. اتصال الجمهور قام بمطاردة قاسية للتربية، للتعليم المتزمت والممل، إنه يسبح في عنصر السهولة والشيء المشهدي. يجب أن تكون التحقيقات قصيرة، التعليقات واضحة وبسيطة، تتخللها مقابلات مبتورة، التجربة المعيشة وعناصر ثانوية، الصورة يجب أن تلهي في كل مكان، تصدم وتعيد جذب الانتباه. الغرض الأساسي هو تعلق الجمهور الأكبر عددًا بتقنية الإيقاع السريع، التسلسل الموجز، البساطة: لا حاجة للذاكرة، لمرجعيات، لاستمرارية، كل شيء يجب أن يكون مفهومًا في الحال، كل شيء يجب أن يتغير بسرعة. نظام الإنعاش والإغواء أساسي، نلتمس الآن نجوم منوعات (ي.مونتان) أو حركة-عمل (ب.تابي) لتقديم برامج عن الأزمة وإطلاق المشروعات. إنها نفس غاية التسلية تدرك الميل إلى تنظيم المناقشات المتعددة. بالتأكيد، غرائبية الصور، هنا، تنقص، لكن لصالح لمسة المباشر، سيما الشخصيات وردود الفعل غير المتوقعة،

---

(1) Marshall MCLUHAN, Pour comprendre les média, trad. Franç. 1968, Paris, Ed. du Seuil, coll. Points, p. 357.

مناظرات عن الروح والمواقف. أحيانا يكون التبادل مؤدبًا وخافتًا، (ملفات الشاشة، مستقبل المستقبل، الفاصلات)، أحيانا يكون أقل: هكذا لم يقم حق الرد سوى بأن يدفع الأعراس الديمقراطية للحافة للإعلام والنشاط المذهل وإهمال مواجهة الأفكار والأوساط ذات المصير الغامض، الودي، المضطرب. بكل طريقة، إنه العرض الذي يشكل الجودة الإعلامية للبرامج، التي ترسم وضع الإعلام.

ينتظم الاتصال الإعلامي تحت قانون الإغواء والتسلية. تم إعادة تشكيله بصرامة بواسطة عملية الموضة حيث حكمها قانون استطلاعات الرأي، التسابق إلى مجموع نقاط الجمهور، في عالم اتصالي جمعي خاضع لمصادرالوسائل الإعلانية، إنه الشكل/ الموضة الذي ينظم إنتاج وبث البرامج، الذي يضبط شكل وطبيعة وجدول مواعيد البرامج. منذ سارت وسائل الإعلام إلى استطلاعات الرأي وأصبحت تحكم عملية الإغواء بسيطرة وقدرة على التباهي بميزة علمية وديموقراطية. تؤكد جمهورية الاستطلاعات على سيادة الموضة في وسائل الإعلام، بتعبير آخر، قانون النجاح الفوري لدى الجمهور الكبير.إنجاز سمعي، بصري لم يضع له نهاية: كلما كان هناك قنوات ووسائل إعلام متخصصة في تنافس، أصبح مبدأ الإغواء، الذي يقاس بالاستطلاعات، صارما. إذن لابد من نشر أساليب جديدة في السحر على نفس النطاقات المحدودة وتخيل عروض جديدة وصيغ جديدة للتعليقات. الاختلافات الصغيرة تحدث الإغواء أكثر من أي وقت مضى.

دخلت الجرائد المتلفزة في الحلبة. الظاهرة ليست حديثة بل تزداد. والاقتناع بها لا يحتاج سوى ملاحظة التغييرات الداخلة في نغمة وعرض النشرات المتلفزة. مررنا من نمط إعلام تسيطر عليه نبرة رسمية وتربوية، مميزة بالمرات السمعية البصرية الأولى، إلى إعلام أقل تحفظا، أقل وقارا، أقل طبيعية. بالأمس، كان الصحفيون يتحدثون بصوت متزمت ومتعال، اليوم النغمة محتجزة، بعد الجو المجهد، ها هو ذا الجو هادئ. يحتفظ الإعلام المتلفز بلا شك بجزء غير مستبعد ذي خطورة وجدية، الومضات المختصرة، بلا بلاغة، ليس لديهم شيء مشترك مع الخيال العرضي للموضة. في كل مكان، تظهر حتمية الإغراء بواسطة أسلوب المقدمين الشباب الودي، الجذاب، للصوت والسحر المطمئن. إن قانون الفتنة مهيمن، يقاس

بوحدة قياس مؤشرات الاستماع. منذ زمن طويل أتاح التليفزيون ظهور نجوم الإعلام الكبار، ر.ديمبدي في بريطانيا العظمى، وكرونكايت في الولايات المتحدة ثم تزايدت الظاهرة مستثمرة ميادين جديدة.

كل القنوات تبحث عن صحفيين بمظهر جذاب. تقديم الأخبار يسيطر عليه صحفيون نجوم نجحوا في تعديل معدلات السمع بطريقة محسوسة. تباع الأنباء لملايين مشاهدي التليفزيون بواسطة الشخصية، الإشراق، صورة المقدمين. إنه زمن المذيعين، المقدمين النجوم بنصيبهم القوي من الشعبية، في حين يحتجب نجوم السينما الكبار. الإخبار يُصنّع ويستوجب النجوم، كل شيء يحدث كما لو أن أسلوب أداء الصحف المتلفزة كان يحتاج في المقابل لبهاء إنساني، لرفاهية الفردية. هذا ينطبق على الأخبار كما على الموضوعات أو الإعلان، يعمل شكل الموضة في كل مكان، إنها حتمية الشخصنة والإغواء.

سجلنا منذ زمن طويل كم ارتكزت الأخبار على معطيات المشهد ذاته: إضفاء الطابع الدرامي على الأحداث المختلفة، البحث عن المثير، إنتاج وتصنيع النجوم، كل الأخبار محجوزة بإصرار عن طريق جنون الأنباء المثيرة، باستعداد تسليم الجديد وغير المتوقع وفقًا لمنطق يوازى منطق الموضة. وبشكل مباشر فإن أكثر الأخبار المتلفزة تبرز من الموضة. ما يميزها خاصة أنها أساسا موضوعة في صور، أحيانا مذهلة، غالبا عادية، دون أهمية خاصة، توضيحية فقط، تصاحب الصورة تقريبا منهجيا التعليقات على الأحداث المتعلقة: أكثر من عشرين دقيقة في صحيفة متلفزة من نصف ساعة. إذن فما من اعلام إلا من خلال أشكال الصور، إنه عهد الصورة، التأثير البصري الزخرفي وانسجام الألوان، العناوين، لوائح العاملين في الفيلم: المسرح البصري استعمر الصحيفة المتلفزة.

في الصحافة المكتوبة، عملية الإغواء تترجم أقل بغزارة الصور من خفة التصميم، نبرة الكتابة، بالاستعمال المتكرر أكثر فأكثر للأسلوب الساخر في المقالات، العناوين و"قبعات". لا تفلت أي جريدة منها، في كل مكان يتصالح منطق الإعلام ومنطق اللعبة. مثلما أخذت الموضة في القرن الثامن عشر في اللعب بالأمور الكبيرة والصغيرة للتاريخ، في

اللهو بشرائط وتسريحات نظام القانون، الثورات الشعبية، هزيمة نهر السين، مثلما، اليوم، لا يكف الإعلام عن اتخاذ نمط رخو وحالم إزاء أحداث اليوم، المأساوية أيضا.بغزوه للإعلام، حوّل القانون الهزلي تسجيل المعلومات إلى منطق الموضة العرضي واللعبي. صحيح أن الصحف المتلفزة ليس لديها تلك النغمة الساخرة، الوقحة أحيانا: ضرورة الحفاظ على خطاب واضح، اصطناعي في حدود زمن ضيق حال دون استخدام التلاعب بالألفاظ وطرفات العين. لم تستطع سخرية الصحفي أن تظهر سوى صدفة وباعتدال تماما. يمزج الإغراء في الإعلام المتلفز بين جدية الخطاب وبين الألعاب المتكررة أكثر فأكثر للصور الجديدة التي أصبحت ممكنة عن طريق التقنيات الإلكترونية والمعلوماتية. في الصحف المتلفزة، نرى علامات التمثيل والعرض السفسطائي تتضاعف. أنواع من الأدوات التصويرية مخصصة لإذهال وتجميل مجال الإعلام، لإنتاج تأثيرات وحيوية، لإعداد صورة للماركة ومظهرًا للسلسلة. مع الملامح الجديدة للصورة، نبني نماذج للصحف المتلفزة، نصمم "صفحات-شاشات" مع تقديم لمسات تصويرية (بيانية جرافيك)، إدخالات، عناوين، زخارف، شعارات ومقالات إلكترونية، مع نقل الصور على الشاشة، مع تصغيرها أو تضخيمها حسب الرغبة مع تقريبها عند الدوبلكس ("الرجل المرصع"). تستند الصحيفة المتلفزة أكثر فأكثر إلى بحث أسلوبي (مقدمات أفلام ذات تأثيرات خاصة وخطابة عصرية: مرسمة إلكترونية مجردة على أجهزة التليفزيون ذات ٢٠ ساعة) وتفسح مجالاً لعرض زخرفي مصنوع من ومضات، تغطيات خفية، تنوعات وإعادات تركيب للصور مضاعفة التسارع والمشهد الحديث للواقع [1]. مع استخدام "الرداء الهوائي" وصوره للتركيب، وجدت عملية إغواء الموضة نفحة ثانية، دخل الإعلام العصر الراقي للأجهزة الإلكترونية.

نحن نعلم مصطلحات الدعوى المقامة على معلومات وسائل الإعلام: هي طامعة في المثير، هي تبرز أحداثًا ثانوية أو تافهة، تضع على قدم المساواة ظواهر ثقافية غير متناسبة،

([1]) P. MOEGLIN, « Une scénographie en quête de modernité: de nouveaux traitaments de l'image au journal télévisé » dans Le JT- mise en scène de l'actualité à la télévision (ouvrage collective), Paris, I.N.A. La Documentation française, 1986.

إنها نتاج مونتاج يقف حائلا دون استخدام انتقادي للعقل وإدراك مجموعة من الظـواهر. إن كان صحيحا أن الشيء المشهدي، نفس طبيعة الأخبار، فنحن نفقـد كثيرا مـن النظـر، ومـع ذلك، إن الإغراء يركز أيضا الاهتمامات، يجذب الجمهـور، ينمـى الرغبـة في أن نـرى، نقـرأ، ونكون على علم. التأثيرات هي نفسها تلك التي يسببها التسويق السياسي: بفـضل الـبرامج الحية والمسلية، فإن المسائل الأكثر تنوعا التي تمس تقدم العلم والتقنية، عالم الفنـون والأدب، الشهوانية، المخدرات، القوادة، وضعت في متناول الجميع. بتنظـيم لقـاءات للمتخصـصين، بإنتاج مجلات على إيقاع المنوعات ووجدت جبهات المعرفة نفـسها موضـوعة تحـت تـصرف الجماهير، ما هو سري أصبح قريبا، ما كان يستطيع أن يماثـل "دروس المـساء" أصـبح جـذابا وجعل ملايين مشاهدي التليفزيون في حالة انتظار. عدم واقعيـة هـي عـلى سـطح الظـاهرة: أكثر بكثير من استلاب –تلاعب بالمشاهد، يجب الحديث عن إعادة ملاءمـة جزئيـة للكـون، مشاركة في دولة المعرفة، توسيع أفق المعارف لأكبر عدد، يكون ذلك في اطـار مفكـك. لـيس " انقيادًا للسلطة(1) " وتجريدًا من الاستخدام الثقـافي للعقـل، لكـن ديموقراطيـة المـدخل إلى الثقافة، احتمالية متزايدة لامتلاك رأي حر أكثر. للإيجابية التي هي عليها، الظاهرة لهـا حـدود واضحة: لو تزايد مجموع المعارف. فهذا لا ينطبق أيضا على سلطة تركيـب المعطيـات المتلقـاة ووضعها في الاحتمال. بتضخيم الحـاضر، يفـسد الإعـلام معـايير الأداء، يفـرط في تعـريض الشيء الثانوى المرئي للنور على حساب الشيء الجوهري غـير المرئـي، يخفـي خطـوط القـوة الكبيرة لصالح الشيء الوقائعي. حدود وقدرة وسائل الإعلام: إنها تفتـت وتـسطح المعرفـة. ومع ذلك، فهي تعيد الجمهور، على مستوى تاريخ الديمقراطيات، أكثر انفتاحـا عـلى العـالم إجماليا، أكثر انتقادا، أقل امتثالية.

أيضا تجب مراجعة الحكم المبكر بخصوص الانحدار المزعوم للفلك الشعبى المـرتبط بتوسيع وسائل الإعلام. تنافس النظريون في تبليغ حرج: تؤسس وسائل الإعـلام " اتـصالاً

(1) Louis QUERE. Des miroirs équivoques. Aux origines de la communication moderne, Paris. Aubier, 1982. pp. 153-175.

بلا جواب" و" احتكارًا للكلمة [1]"، تنتزع من الجمهور"إمكانية أخذ الكلمة ومعارضتها [2]"، تعمل على اختفاء اتصالات المجتمع، علاقات التبادل. قصرت الثقافة الجاهزة للاستهلاك والمعيار بلا مبادلة لوسائل الإعلام دائرة الاتصال الاجتماعي، المناقشات بين الأفراد. بوضع الأشخاص في موقف مستهلكين سلبيين، غير مسئولين، بلا مبادرة، تحبط وسائل الإعلام الحياة العقلانية، تعزل الأشخاص، تجعل فرص الالتقاء نادرة، تضمر ذوق التبادل والمناقشة. نحن نستهلك رسائل، لم نعد نتحادث، تدمر وسائل الإعلام الاجتماعية، تسريع اختفاء الإنسان الاجتماعي، لا سيما أن المعلومة التي تنقلها خاضعة أكثر فأكثر لضرورة "أدائية"-إيجابية "متناقضة مع الاتصال": ومع ازدياد قيمة معيار الكفاءة يعترض الإعلام الموضوعي القائم على "تبادل الحجج العقلانية"، على استبدال التفاعل الاتصالي بتلك السلع الجديدة [3]". إن عصر الاتصال الجماهيري يعد عصر تدهور الاتصال.

ولكن، بالنظر إليها أقرب قليلا، فإن وسائل الإعلام هي أيضا ما تحدث مناقشات لا تحصى، فهي لا تكف عن تقديم موضوعات للتبادل بين الأشخاص. تضاف إلى الاتصال الإعلامي العديد من دوائر علائقية صغيرة في الجمهور نفسه. كما تتيح للمشاهد تبادل وجهات النظر، فإن التليفزيون يقدم مواضيع عديدة للحديث، إن تحقيقات المجلات تكون محل نقاش وتقدير في العائلة وفي المجتمع - من لم يتحدث عن ب.س.ي شو أو عن دالاس؟ _ إن المسلسلات والأفلام المذاعة تكون مادة للحكم والتفاوض: ماذا نضع هذا المساء؟ وسائل الإعلام لا تخنق إحساس الاتصال، لا تضع نهاية للاجتماعية، إنها تستنسخ بطريقة أخرى ظهورًا لتبادل اجتماعي. إنها تنشئها أساسا تحت شكل أقل شعائرية وأكثر تحررًا: لا يتواصل الأفراد أقل مما مضى - بلا شك نحن لم نتواصل بهذا القدر على هكذا مسائل مع هكذا أشخاص - إنهم يتواصلون بشكل أكثر إشعاعا، غير رسمي أكثر، متقطع أكثر، بالتوافق مع أذواق استقلال وسرعة الموضوعات.

---

[1] Jean BAUDRILLARD, Pour une critique de l'économie politique du signe, Paris, Gallimard, 1972, pp. 208-212.

[2] J. HABERMAS, op. cit., p. 179.

[3] L. QUERE, op., cit., p. 141-et p. 146.

يبقى أن وسائل الإعلام لم تخلق مساحة اتصال تشبه التي للمساحة العامة التحررية التقليدية، تلك التي وصفها هابرماس مستحضر الصالونات، المجتمعات، النوادي حيث يكون الأشخاص وجها لوجه، يتناقشون ويتبادلون الأسباب والحجج. حتى إن كان هذا الوصف للوسط الاجتماعي شديد المثالية وحتى إن لم يتجسد بلا شك نمط الاتصال العقلاني تاريخيا سوى بطريقة محدودة جدا، فيمكننا أن نقبل فكرة أن الاتصال الإنساني متتبعا العرض الإعلامي يشبه قليلًا، في الواقع، تبادلاً للحجج المتابعة والمنهجية. لكن هذا لا يسمح مع ذلك بالحديث عن تفكك للوسط الاجتماعي لو أعادنا هذا الوسط إلى مكان يتشكل فيه رأي وانتقاد الجمهور. من الخطأ اعتبار وسائل الإعلام كأدوات تلاعب بهدف توافق اجتماعي، إغراء الإعلام هو أيضا أداة للعقل الفردي. يجب أن نفهم أن تطور المنطق الفردي يمر أقل فأقل بالمناقشة بين الأفراد الخاصين وأكثر فأكثر بالاستهلاك والطرق الإغوائية للإعلام. حتى لو كان هناك انحدار لأشكال المناقشات في المجتمع، فسيكون من غير المبرر أن نستنتج منه اختفاء الروح النقدية. ليس الإغواء هو ما يلغي تطبيق العقل، إنه هو ما يوسعه ويعممه تماما بتعديل ممارسته. في الواقع، أتاحت وسائل الإعلام تعميم وسط الجدال الاجتماعي: أولا بالسماح لعدد متزايد بلا توقف من المواطنين أن يكونوا على علم أكثر بالمعطيات المختلفة للخيارات السياسية. أن يكونوا تحكيميين أكثر في اللعبة السياسية[1].ثم بزيادة مساحة التساؤل: ماذا تفعل الصحف المتلفزة، المجلات، التحقيقات والمناقشات، إلا إطلاق آلية للاستفهام على كل موضوعات الحياة الكلية والفردية ؟ السجن، المثلية الجنسية، الطاقة النووية، القتل الرحيم، الشراهة المرضية، تقنيات الإنجاب، لم تعد هناك مسألة واحدة لا تكون موضوعًا للمعلومات، للتحليلات، للمناقشات. المساحة العامة لم تكف عن أن تكون محل مناقشة نقدية، يخترقها أيما كانت العمل الإداري وضوابط مناجزة النظام. الخبراء، الأعمال الأدبية وبرامج التعميم العلمية. لا يعوقون إطلاقا إمكانية انقسامات من العمق على تقييم المشكلات: بعيدة عن خنق الجدل العام، فإن وسائل الإعلام تغذيها وتضعها في المساحة الديمقراطية للتساؤل بلا نهاية. الإعلام لا تستعمره ضوابط

([1]) J.-L. MISSIKA, D. WOLTON, op., cit., pp. 307-308.

العقلانية المنفعية، من خلال نقاشات إعلامية تظهر الصراعات المختلفة للقيم الخاصة بالعالم الحديث، ومعايير الفعالية، المساواة، الحرية. ما يستقبله الجمهور ليس فقط محصلات، إنها تعددية المقاربات ووجهات النظر. التآكل المتعلق بحركات اجتماعية، الاستخفاف بالسياسة، عبث المشاهدة ولا يعني ببساطة تدهور الوسط الجماهيري واستئثار المذهبية النفعية. في نفس الوقت الذي نجحت فيه وسائل الإعلام في إنتاج توافق فإنها حفرت اختلافات المنظور، دمج الإغراء الجمهور في المجتمع المعاصر مطورا النقد والجدال المدنى.

بينما توسع وسائل الإعلام مساحة الاستفهام النقدي، فهي تهدئ مصطلحاتها. نتذمر أحيانا من نبرة ضبابية لبرامج التليفزيون، من دنيويتهم المطهرة. نحن لا نأخذ إذن مقياس الفاعلية الاتصانية من جهاز كهذا: فوسائل الإعلام التي أعادت لعملية الموضة تدويرها، تشجع على الروح المشتركة للاتصال، إنها تبث بجرعة عالية المعيار السلمي للحديث، نموذج لمؤانسة غير عنيفة. إن مشاهد العنف في الأفلام والمسلسلات يعوضها بشكل واسع هذا الإخراج للحوار المتواصل ولتبادل الحجج. اصطناع التواصل الذي تقوم به وسائل الإعلام (سؤال الجمهور، استفتاءات محطات البث،... إلخ..) النقاشات، النغمة المهذبة ضروريات، فهم ينتجون مثالية المدنية. يضيعون حظوة الجدال المبالغ فيه، العدائية الخارجة عن السيطرة. في هذا المعنى، يجب أن نأخذ وسائل الإعلام كجزء أساسي في توطيد الديمقراطيات المكرسة من الآن فصاعدا لقانون الاشتباك اللفظي لكنه غير دموي. تضفي وسائل الإعلام الطابع الاشتراكي على إغراء التبادل اللفظي والشيء العقلاني، وتشارك في حضارة الصراع المذهبي والاجتماعي.

(٤)

رواج المعنى

خفة المعنى المحتملة: موضة وأيديولوجية

في الوقت الذي نجد فيه موضوعات الجمهور وثقافته والخطابات ذات المعاني الكبيرة محكومة بمنطق الجديد الذي لا يقهر، نجدها مأخوذة كذلك باضطراب مشابه لاضطراب الموضة من حيث المبدأ، مع كونه غير مطابق له بالمعنى الحرفي للفظ. حاليا، عالم الضمير، هو أيضا، ينظمه الزائل والسطحي، تلك هي هبة المجتمعات الديمقراطية الجديدة. نحدد في الحال أنه ليس المقصود الادعاء، فرضية عبثية، إن العملية التافهة تضم من ناحية لأخرى حياة الأفكار، وإن الأيديولوجيات الارتدادية يقودها منطق تجديد غير مبرر. المقصود إظهار أنه نجح في التدخل حتى في الأوساط الأكثر انغلاقا مبدئيا عن ألعاب الموضة.

نحن لا نعيش نهاية الأيديولوجيات، ها قد حان وقت إعادة تدويرها في مدار الموضة. كما في مجتمعاتنا لم يعرف التغيير فيما يتعلق بالتوجه الثقافي والمذهبي إطلاقا تلك العجلة، لم يخضع قط بهذا القدر للشغف. السرعة التي تتسارع وتتضاعف بها انفعالات المعنى منذ عقدين أو ثلاثة مؤثرة بشكل خاص: تعاقبت وتداخلت في قائمة الجوائز أفكار الثقافة المضادة، هلوسة الأعماق، مكافحة التسلط، التضامن مع العالم الثالث، التربية المتحررة، مقاومة الطب العقلي، النسوية الحديثة، التحرر الجنسي، التسيير الذاتي، حماية الاستهلاك، علم البيئة. بالتوازي أثار الغضب الشديد في الوسط الأكثر فكرا مباشرة التركيبية، علم الأعراض، التحليل النفسي وفلسفات الرغبة، "الفلسفة الجديدة". وتلحق

سنوات الثمانينيات بالنشاط الكثيف والتحول المذهل لليبرالية الجديدة، والثورة المحافظة، لعودة الشيء المقدس، الافتتان بـ"الجذور"، تتويج المؤسسات، والجمعيات الخيرية. في أعوام الستينيات والسبعينيات أقامت المذهبية الرافضة والنقدية المفرطة معركة بالطريقة نفسها التي أثار بها الميني جيب أو البيتلز، ماركس وفرويد، كبار النجوم، مفسرين في نشوة، خطابات مقلدة للجمهور، تدفقات لمنافسين وقراء.ماذا يتبقى منها اليوم؟ في بضعة أعوام، سقطت المراجع الأكثر احتراما في النسيان، "مايو ٦٨، هذا قديم "، ما كان "لا مناص منه" أصبح "محراك النار". ليس بحركة نقدية ولكن بزوال المحبة: مرت موجة، وانطلقت أخرى بنفس القوة الوبائية. في الحالة القصوى، نغير الاتجاه في التفكير مثلما نغير المسكن، المرأة، السيارة، طرق التمثيل أصبحت موضوعات للاستهلاك، إنها تعمل عمليا بمنطق الوله والكلينيكس.

نتجنب فورا سوء الفهم: الحديث عن عملية الموضة داخل الأفكار لا يعني مع ذلك أن كل شيء يموج في لامبالاة مطلقة. إن الآراء الجماعية تتأرجح من قطب إلى آخر دون أي نقطة توقف ثابتة. الموضة المكتملة لم يكن لها معنى سوى في العصر الديموقراطي، حيث يسود إجماع وتعلق قوي، عام، صامد، مرتبط بالقيم المؤسسة للمذهبية الحديثة: المساواة، الحرية، حقوق الإنسان. فانتشر البطلان المتسارع لأنظمة التمثيل ولم يعد ممكنًا إلا على أساس تلك الشرعية وذلك الاستقرار الشامل لمرجعيات الدلالة الرئيسية التأسيسية للديمقراطيات. هناك يوجد التناقض للصف النهائي للموضة: في حين أن المجتمع الديمقراطي متقلب أكثر فأكثر فيما يتعلق بخطاب معقولية شاملة، فهو، في نفس الوقت، معتدل أكثر فأكثر، ثابت، راسخ في أساساته المذهبية في العمق. بمحاكاة ساخرة لنيتشه، يمكننا بأن نقول، سطحية عن عمق، إنه الرص المحكم لمبادئ المذهبية الفردانية التي تجعل الذرة الخفيفة للمعنى ممكنة.

إن الموضات الملامسة للحياة لا يتحدد تاريخها اليوم ولا ينازعها شيء، منذ القرن الثامن عشر على الأقل. تمت إثارة الوسط الثقافي، في الدوائر العالمية والفكرية، ثمة غضبات شديدة لا تحصى، وعرفت الأفكار السياسية نفسها دورات متعددة من التنوع والتعاقب. لكن، فيما يخص التقلبات المذهبية المختلفة التي هزت الديمقراطيات حتى منتصف قرننا

هذا، من المستحيل أن نتعرف فيها على عملية الموضة وهذا، بسبب المضمون والاستثمار العاطفي للتكوينات المذهبية الخاصة بهذا العصر. شكل الموضة كنظام لتداول المعنى هو اختراع حديث، حتى هذا، تجنبت المذاهب السياسية الكبيرة انتشار الموضة، كانت تعمل بهذا القدر كعقبات نظامية أن تصبح باطلا للتمثيلات الاجتماعية الرئيسية. بتقديسها للجمهورية، الأمة، طبقة العمال الكادحة، العرق، الاجتماعية، العلمنة، الثورة، نذرت المذاهب السياسية نفسها من أجل مهمة تجديد وإثارة العالم، تبلورت في عقائد ومبادئ تتضمن الإخلاص، التفاني، تضحية الأشخاص. أنظمة أداء شاملة للكون تدعي إعطاء المعرفة الكلية عن الحاضر والماضي والمستقبل، جددت الخطابات العلمانية والثورية الحديثة إيمانًا دينيًا معينًا من خلال عقائدها الأخروية، طموحها "العلمي" أن يقولوا ويحتفظوا بالحق والعدل. "أديان علمانية"، أثارت نضالية وعواطف مطلقة، وخضوعًا بلا خلل للخط الصحيح، التزام تام للأشخاص واهبين حياتهم وفردانيتهم الذاتية. انكار للذات لصالح الثورة، الأمة، الحزب، العصر المجيد للمذاهب بالكامل ضد الموضة وسطحيتها النسبوية المتأصلة. في حين أن السلطان البطولي للمذهبية يتطلب التفاني، بل استيعاب الفرديات، فسلطان الموضة يرتكز على الحاجة للسعادة الفورية للأشخاص، في حين أن المذهبية تولد أرثوذكسية ومدرسية (تمسك بالتعاليم التقليدية)، فالموضة يصاحبها فروق فردية صغيرة واستثمار عائم، في حين أن المذهبية مانوية، تفصل الأخيار عن الأشرار وتفسخ الشيء الاجتماعي، فإن الموضة هي تهدئة وتحييد للمتضادات. أيا كانت التحولات الواقعة خلال قرنين في وسط الأفكار السياسية الاجتماعية، لم تستطع الموضة أن تنشر فيه تشريعها العابر، حيث كانت تعوقها مذهبيات ذات ادعاء لاهوتي.

نحن خارجون من عصر نبوءات قرنية ذات صدى ديني. في عدة عقود، تم القضاء على الخطابات ومرجعيات الدلالة الثورية بشدة، فقدت كل شرعية وكل غرس اجتماعي، لم يعد أحد يؤمن بالوطن المشرق للاشتراكية، لم يعد أحد يؤمن بالمهمة المنقذة للطبقة العاملة وللحزب، لم يعد أحد يناضل من أجل " المساء الكبير". لن نصر كثيرًا على الأهمية التاريخية لهذا الاندحار للخيال الثوري. منذ أن انهارت القناعات الأخروية والاعتقادات في حقيقة مطلقة للتاريخ، اتخذ نظام جديد "للمذهبيات" مكانا: نظام الموضة. فساد الرؤى

البروميثيوسية يفتح صلة جديدة للقيم، مساحة مذهبية زائلة، متقلبة، غير ثابتة أساسا. لم يعد لدينا أنظمة كبرى، لدينا تذبذب وتقلب الاتجاهات. كان لدينا الإيمان، ولدينا الشغف. بعد العصر المتصلب واللاهوتي، عصر عبث المعنى: تم تفريغ تفسيرات العالم من خطورتها السابقة، تم إدخالها في النشوة الخفيفة للاستهلاك وللخدمة اللحظية. وبلا شك تم دعوة الشيء العابر في الموضوع "المذهبي" للتسارع، في بضع سنوات استطعنا من قبل رؤية كيف أهمل الحشد المقتنع سياسيًا آراءه وقام بتحول مثير. لا يوجد سوى الحمقى الذين لا يغيرون رأيهم، أصبح ماركسيو الأمس عالمين بالتلمود، وتحول "الغاضبون" من المتغنين بالرأسمالية، أبطال النزاع الثقافي إلى عبادة الأنا، امتدح المؤيدون للمساواة ربة المنزل والمتحمسون للتسيير الذاتي مزايا اقتصاد السوق. نحن نعشق بلا مشكلة ما ألقيناه في النار منذ قليل. هذه الخلخلة لا تخص فقط إنسان الحشد ولكن أيضا الطبقة السياسية كما يقر بها الرواج التحرري الحديث. إنها لا تخص فقط الرجل العادي لكن الطبقة الفكرية نفسها كما تشهدها ببلاغة التقلبات المفاجئة المتكررة لبعض من نجماتنا الناشئات مسدسات الشكل. إن تقلب الضمائر ليس بالتأكيد امتيازا لزمننا. ما يكونه هو، بالمقابل، هو الطريقة التي أصبح بها التقلب عاما، شبه نظامي، إنها ترتفع الآن في طريقة عمل مذهبية طاغية.

الأديان العلمانية تنطفئ لصالح النشوة المؤقتة. مازلنا نؤمن بقضايا لكن بداخل التلقائية، بدون تشدد. الأشخاص هل هم ما زالوا معرضين للموت بعدد كبير من أجل أفكارهم؟ مستعدون للتغيير، دائما، أصبح الثبات لعبة قديمة. نعيش أقل فأقل على صلة بأنظمة لأفكار مهيمنة، مثل البقية نهشها نظام "الشيء السطحي"، النهايات العليا لم تختف. إنها قادرة بالتأكيد هنا وهناك على تحريك الجماهير، لكن بطريقة غير منتظمة، بشكل لا يمكن التنبؤ به مثل اندلاعات عابرة منطفئة سريعا، حل محلها البحث عن النفس الأطول للسعادة الخاصة. الاتجاه الأساسي هو "للخطط" القابلة للإصلاح والفساد، الشيء المؤقت يتغلب على الإخلاص، الاستثمار السطحي يتغلب على الحشد المؤمن. ثم تحميلنا في عملية لا نهائية لتحوير وعدم تحوير المعنى الذي يحدد حكم الموضة المكتملة. هكذا تموت الآلهة: ليس في إفساد الأخلاق المنعدم للغرب والقلق من انعدام القيم، لكن في اهتزازات المعنى. ليس في الإظلام الأوروبي ولكن في نشوة الأفكار والأفعال العابرة. ليس في فك الأغلال السلبي،

لكن في فرط النشاط والتخدير المؤقت.ليس هناك ما يبكي "موت الاله"، تجري جنازته بالألوان وفي شريط متسارع: بعيدا عن توليد إرادة العدم، إنها تدفع لمنتهاها الإرادة وإثارة الجديد.

إنه تقلب يجب أن يوضع في استمرارية الديناميكية الديمقراطية، بوضع تنظيم المجتمع تحت تبعية الناس وليس تحت تبعية هيئة مقدسة. كانت المذاهب الحديثة هي القوالب المؤسسة لعالمنا الديمقراطي المرجو كليا من إرادة الهيئة الجماعية. لكن العملية الدنيوية توقفت نوعًا ما في الطريق باقامة المبادئ المتشددة وبتأسيس الاتجاه الحتمي للتاريخ، وعاد الجهاز الديني القديم للقيادة ، تحت ملامح علمانية. مع عصر الموضة، تم اجتياز خطوة إضافية في الإقصاء الديمقراطي للمقدس والكهنوتي، يتبدد الشكل الهجين النهائي لتقديس الخطاب المجتمعي عن طريق التقلب الذي يسكنه، عن طريق عدم الثبات للتعبئات والشغوف، عن طريق هيمنة الفرد على العقيدة. لا شيء يتطلب التضحية بالذات، الخطابات مفتوحة على جدل لين، على التصويب، على مراجعة غير ممزقة للمبادئ، يعكس شكل الموضة نهاية إضفاء الديمقراطية للمعنى وللعقول.

وراء تقلبات المزاج للموضة. حفر المجتمع الديمقراطي طريقا متجانسا بشكل متناقض، إنه يتبع نفس المدار. أحد حدود النظرية الدائرية للسلوكيات الجماعية يتعلق تحديدا بإدراكه للتغيرات العنيفة للتنسيقات الأيديولوجية كحركات بندولية، حركات مستمرة بين حياة خاصة وحياة عامة[1]، كأن كل شيء تغير بارتدادة ١٨٠ درجة، كما لو لم يكن هناك إلا انقطاع تاريخي، تقلب جذري يؤسس في كل مرة حداثة اجتماعية تتناقض مع ما يسبقها. والحالة هذه، لو نعتبر أن التذبذبات المميزة للثلاثة عقود الأخيرة هذه، القوة هي الإقرار أنه رغما عن هذه الانقلابات فهي نفس الديناميكية التاريخية التي توجد في العمل بشكل متناقض. بالتأكيد، في الظاهر، كل شيء يقاوم الموجة الطوباوية لسنوات الستينيات حتى لحظتنا متوهم ـ واقعي ـ حرفي، كل شيء يفصل لحظة استثمار عامة عن لحظة تحددها بشكل كامل وساوس فرط فردية، أيا كانت قوة الصراعات الاجتماعية الجزئية التي تبرز هنا وهناك.

([1]) Albert HIRSCHMAN, Bonheur privé, action publique, Paris, Fayard, 1983.

مع ذلك ماذا كانت الثقافة المضادة أو مايو ٦٨، سوى موجة من المطالبات الفردانية عبر السياسية[١]؟ ماذا كانت النسوية الجديدة، سوى حركة سمحت بتخصيص حريات جديدة للنساء؟ رفعت المذهبية الرافضة الراية الثورية، لكن إحدى صلاحياتها كانت الطموح الفرداني في العيش حرا بدون إكراه تنظيمي وتقليدي، ساهمت، بوسائلها، في إبراز سير الفردانية الديمقراطية، الإطاحة بعدد معين من الهياكل الثقيلة والقمعية، مقاومة للاستقلالية الشخصية. أي سقوط يمكن أن يُقبَل في اللحظة الحالية، لا شيء سوى طرق مختلفة في نفس مدار البحث الفرداني. اليوم، رواج القيم الخاصة وحتى عودة تحفظ أخلاقي معين يتبع بطريقة أخرى العمل التاريخي للبحث عن الاستقلالية. منذ أن تم إفساد دلالات التقدمية وتقديم مرجعيات تناقضية جديدة، فإن الضغط الجماعي أقل قوة وأقل تجانسًا، الصائب أقل ضمانا، تضخمت مجموعة الخيارات الفردية، ازدادت إمكانية تنويع القيم التي توجه حيواتنا بهذا القدر حيلة للعقل: بالأمس خدمت اليسارية التقدم التاريخي للفردانية، الآن إنه دور قيم النظام والعلاقات لتأكيد، أحيانا رغما عنها، نفس هذا الدور. خلافا لمنشوراتها المتقلبة، لا تزعج الأيديولوجيات المؤقتة الاستمرارية القرنية للديمقراطيات، إنها تسرع من سيرها.

لم يحل نظام الموضة للعروض الجماعية فجأة محل عصر المذهبيات البروميثيوسية. وقعت لحظة مفصلية عاملة كتشكيل حل وسط بين المرحلة التاريخية للثورة ومرحلة الموضة المكتملة. وجد التجلي الأخير للروح الثورية مدمجا بغرابة، في الستينيات، مع آخره: روح الموضة.من جانب، بلا ريب، أعادت سنوات الستينيات وامتداداتها قيادة خيال الثورة من خلال الاحتجاج الطلابي، الثقافة المضادة، النسوية الحديثة، الحركات المغايرة. لقد رأينا امتداد تسلق مذهبي مناديا ب "تغيير الحياة "، بهدم النظام التراتبي والبيروقراطي للمجتمع الرأسمالي. بالتحرر من أشكال السيطرة والسلطة.مع موضوعات "الدولة المختصة بأرباب العمل والبوليسية"، عودة الإضراب العام، العالمية، المتاريس، استطاعت الميثولوجيا الثورية

(١) سمحت لنفسي (المؤلف) بالعودة إلى مقالي

« Changer la vie, ou l'irruption de l'individualisme transpolitique ». Pouvoirs, n.39, 1986.

إعادة اعتبارها. لكن من جانب آخر، قطعت معارضة سنوات الستينيات، بالضرورة، الروابط التي تجمعها بالمشروعات الصانعة لبناء العالم الجديد، التي تبلورت في القرن التاسع عشر. يجسد مايو ٦٨ لهذا الاعتبار صورة جديدة: بدون هدف أو برنامج محدد، كانت الحركة عصيانًا بلا مستقبل. ثورة في الحاضر شاهدة في الوقت نفسه على انحدار الأخرويات والعجز عن تقديم رؤية واضحة للمجتمع الآتي. بلا خطة واضحة، يضمه أيديولوجية عفوية، لم يكن مايو ٦٨ سوى قوس لفترة قصيرة، ثورة عابثة، شغف بالثورة أكثر من تحريك للعمق. كان هناك مشهد للثورة، تأكيد مبهج لعلامات الثورة، ليس رهانا وتحديًا ثوريًا. على خلاف الثورات الدموية والمرتكزة على البناء المتعمد لمستقبل آخر، تنظم مايو ٦٨ حسب المحور المؤقت للموضة، الحاضر، في حدث يماثل عيدًا أكثر من أيام تزعزع العالم. الربيع الطلابي لم يقدم ولم يبن جديًا، إنه نقد أفسد الناس في الشوارع والكليات، شوش الحتميات، طالب بـ "تمرد الحياة"، بـ "كل شيء، فورا" بالإنجاز التام للأفراد مقابل المنظمات والبيروقراطيات. العيش بلا عائق هنا والآن في انفجار الطبقات المنشأة، مايو ٦٨ جلبتها أيديولوجية فردانية "فوضوية" (إباحية)، متعية واتصالية، على النقيض من إنكار الذات للثورات السابقة. إنه الواقع الجماعي والذاتي الذي كان القطب المؤقت المسيطر لمايو ٦٨، "أول ثورة - موضة" حيث تغلب العابث على المأساوي، حيث تزاوج التاريخي مع اللعبي. أثار مايو ٦٨ العواطف الثورية في الظاهر أكثر من العمق، نجح فترتيب شكل الموضة، في الواقع، محاكيا للثورة، أشعل مايو ٦٨ نيران الألفية ولوقت قصير، مع موضة المعارضة.

كان للمناخ المذهبي للحظة دور غالب في ازدهار لظاهرة المعارضة في فرنسا. إنه ليس الموقف الموضوعي للطلاب، ولا انحدار آفاق العمل والمستقبل وحائزي الشهادات المستقبليين الذين يستطيعون شرح تمرد الشباب اليوتوبي. في مايو، لم يكن هناك أي قلق حقيقي تجاه المستقبل. الطلاب يكترثون قليلا جدا بقيمة شهاداتهم. رفضوا كل شيء بعكس اقتباس التعليم الجامعي لاحتياجات الاقتصاد الرأسمالي، أزمة المنفتحين لم تكن في الرؤوس. لم تكن روح مايو أثرًا لتدابير اجتماعية للقلق، كانت، قبل كل شيء، تأثير تدابير أيديولوجية، موضات للأفكار في طبقة من عمر محدد، أناقة النقد الاجتماعي، الموقف الثوري، الماركسية، مناهضة الرأسمالية، في نفس اللحظة التي اختفى فيها -تحديدا- المنظور الثوري الحقيقي

المتجسد في الحزب الثوري والطبقة العاملة. تطور الرواج الثوري في مقابل تفكك الحزب الثوري وتكامل الطبقة العاملة مع الرأسمالية الجديدة، استطاعت أن تلقى رواجا لأنها كانت مقصاة عن الحدث في الجموع وتنظيماتهم للنضال، لأنها استطاعت أن تعمل عند الشباب كعلامة لتأكيد، مشهد للاختلاف العلني. كانت الأفكار في تمزق بالتأكيد للغاية في غليان داخل المجموعات اليسارية مفرطة التسييس، لكنها كانت في الواقع شائعة قليلا أو كثيرا داخل طبقات واسعة جدا في العالم الطلابي. على يد " القمع" البوليسي سبب التضامن الطلابى الممتزج مع الرواج الواضح تقريبا للأيديولوجية المناهضة للرأسمالية اتساع وتفاقم الظاهرة المعارضة، حتى إن لم يشرحوا كل شيء، تكبر الراديكالية، الامتثالية الحرجة جدا هذه عند الشباب ضرورة لفهم قدر وعدوى روح مايو. شهدنا ظاهرة مدهشة: خلال بضعة أعوام، عملت المعارضة والثورة كعلامات للموضة، ظواهر بمصاحبة مزايدة تفاخرية، لفظية غير حقيقية متخلية عن كل شيء، مطالبة بالتحرر التام باسم ماركس، فرويد، ريتش. إنه أصدق جدا أكثر أن نتصور مايو ٦٨ كحركة للموضة من أنها ظاهرة "فتحت فترة جديدة من التاريخ العالم"

لعبت عوامل ثقافية أخرى دورا رئيسيا في تطور الروح المعارضة. لا أى تفسير ذى نمط ظرفي أو بنائى (حرب فييتنام، دولة مركزة ومسيطرة، تقليد القديم للجامعة. نظام ديجولى في فرنسا) قادر على إدراك ظاهرة لامست الشباب بطرق متعددة، بالتأكيد (الهيبز، الثقافة المضادة، هلوسة الأعماق، المتمرد، مايو ٦٨، الحركات المغايرة. النسوية الحديثة، الحركات الجنسية المثلية). لكن في كل المجتمعات الديمقراطية المتقدمة. نستطيع بالطبع ربط تمرد الستينيات بزيادة السكان المتعلمين، بامتداد الدراسات، بحياة مراهقة وبعد المراهقة خاملة، غير مسئولة، منفصلة عن العالم الحقيقى للعمل. لكن كل هذه العوامل لم يكن لها أهمية سوى في الإطار الأكبر لتقلب قيم الحياة اليومية التي تنظيم الموضة من جديد داخل المجتمع. في قلب الفردانية المعارضة، يوجد هناك إمبراطورية الموضة كنقلة نوعية للمطالب الفردانية، المطالبة بالحرية والإنجاز الخاصين. كان عصر الموضة المتعي ومذهب التفتح الخاص الذي يدفعه هم ناقلو زلزلة سنوات ١٩٦٠ وبداية ١٩٧٠، زلزلة تمت داخل الشباب

بسبب مجموعة أقل خضوعا للصيغ القديمة للتنشئة الاجتماعية، لأنها قد شابهت أسرع، بشكل مباشر أكثر، بشكل مكثف أكثر الضوابط الجديدة للحياة. اصطدمت الفردانية المتعية مباشرة بأطر للمشاركة "مهجورة"، متسلطة -تقليدية-ستينية، إنه هذا التنافر بين ثقافة مركزة على قيم الموضة ومجتمع ما زال مناصرًا للاقتصاد الموجه بشكل واسع، متجمدًا ثقافيا وغذى الموجة المعارضة. على عمق أكثر، كان المقصود تمردًا قائمًا على التوفيق، على توحيد ثقافة مع نفسها، مع مبادئها الأساسية الجديدة. ليست "أزمة حضارة"، انها حركة جماعية لاقتلاع المجتمع من ضوابط الماضي الثقافية الصارمة وتوليد مجتمع أكثر مرونة، أكثر تنوعا، أكثر فردانية، مطابقا لاحتياجات الموضة المكتملة

الجاذبية التي يمارسها التشدق الكلامي الثوري تبددت لم تعد الروايات الأخروية تزيد توتر أي شخص، نحن مستقرون جيدا في الحكم النهائي لموضة المعنى. نظام أيديولوجيات متقلب يجب أن يتصل بتعميق الأداء الشكلي للموضة ونجح في ضم الإنتاج، الاتصالات، الحياة اليومية. إن زوال محبة الملاحم المذهبية ومجيء المعنى "السطحي" هما نتاج إدراك جماعي لجحيم ولكلية الثورة الشيوعية أقل من تغييرات واقعة حتى في داخل العالم الغربي الخاضع لعملية الموضة المكتملة. هذا هو أسلوب الحياة اللعبية-جمالية-المتعية النفسية-الإعلامية التي قوضت اليوتوبيا الثورية، التي أقصت الخطابات المادحة لمجتمع بلا طبقات والمستقبل المتصالح. ينشط النظام النهائي للموضة مذهب الخلاص الفردي والحياة المباشرة ويقدس السعادة الذاتية للأفراد وذرائعية المواقف، إنه يحطم تكاملات وضمائر الطبقات لصالح مطالب واهتمامات فردانية بوضوح. كانت إمبراطورية الإغراء هي المدمر الاغتباطي للأيديولوجيات الكبيرة التي، غير مدركة لا للفرد الواحد ولا لاحتياج الحياة، وجدت نفسها على العكس تماما من التطلعات الفردانية المعاصرة.

حالات قلق تقريبا واضحة متمحورة حول حيوية الديمقراطيات تصاحب سيولة الحس الخاص بمجتمعاتنا. خالية من قناعات في القضايا الكبيرة، غير مبالية بالمشروعات الكبيرة للبناء الجماعي أليست الديمقراطيات هشة للغاية، سريعة التأثر بالتهديدات من

الخارج، يسكنها روح الاستسلام؟ تحت حكم الموضة، انطفأت الحماسات النضالية: أليست ظاهرة ملائمة، في ظروف معينة، لإقامة أنظمة مفتولة العضلات؟ ماذا تصبح روح الحرية، الشجاعة في مواجهة الأخطار، تحريك الطاقات. في مجتمع بلا هدف أعلى، يستبد به البحث عن السعادة الذاتية؟ دون إنكار هذه المشاكل، ليس من المشروع أن نستنتج عنها على عجل فساد أصل الروح الديمقراطية، التي أنهكها ضعف القناعات. نستطيع حتما أن نتساءل أن، اليوم، أصبح الناس مستعدين للموت جملة من أجل إقامة الجمهورية، لكن كيف نذهب بعقلانية فيما وراء الاستفهام؟ لا أحد يمكن أن يعطي إجابة جادة لهذا النوع من الأسئلة الذي يحدد ماذا نكون نحن داخل سيناريو كارثي لمسلمات جديدة تماما. هل خنق مذهب الأنا إرادة النضال؟ في نظر ظاهر المجتمع المعاصر، لا شيء يسمح بالتفكير فيه بطريقة حازمة، لا يؤدي اندحار الأيديولوجيات البطولية إطلاقا إلى الجبن العام، إلى شلل المواطنين، إلى رفض الحرب: لا تثير الخدمة العسكرية النشوة، لكنها ليست الفرصة لأي حركة للرفض الجماعي وبوضع المسالمين المتطرفين على جنب. مبدأ الدفاع المسلح، قوة ردع موثوقة، تدعيم القوة العسكرية لم يعاد اتهامه من أي شخص. بينما لم تكف الدول الديمقراطية، مدعومة من شعوبها، عن التسلح، عن متابعة سباقها العسكري، يظهر المجتمع المدني من جانبه هدوءًا جماعيًا وصلابة رأي واضحة أمام الظاهرة الإرهابية التي تضرب قلب المدن الأوروبية. الميل إلى الاستسلام إلى الابتزازات الإرهابية منبوذ من أكبر عدد، على الرغم من التهديدات التي تؤثر على الطمأنينة الشعبية، استقلال القضاة، الحكم بدون تسوية معلنة، خلافا للمخاطر المتكبدة، ضد رئيس منظمة إرهابية، كانت إجمالا مرحبًا بها من المجتمع والطبقة السياسية التي لا تحلم بالتأكيد بتضحيات بطولية وبمآثر للأسلحة، إنه لا يغرق مع ذلك في جبن وعدم إدراك الاستسلام والواقع الحالي. يجب أن يرد صلابة وتطبيق القانون على العنف الإرهابي، يجب أن يرد على تهديد الأمم الأجنبية تدعيم القدرة العسكرية، تبني الفرد المعاصر، بلا حماس لكن بوعي، القول المأثور " إن أردت السلام، تأهب للحرب". تلف الخيارات المذهبية الصلبة لم يواز فقط قدوم روح الاستسلام والغفلة الجماعية، لكنه يدعم الشرعية الاجتماعية للمؤسسات الديمقراطية. بتنحية الزمرات الإرهابية المتناهية الأقلية المنبوذة من كل الفرق السياسية جانبا، لم يعد لدى الديمقراطيات، شيء جديد تماما، خصوم

مطلقين في وسطهم: لم تعد هناك تنظيمات فاشية مهمة، ولم يعد للأحزاب الثورية أي تـأثير. في عالم أكثر نسبوية، بلا إيمان تاريخي شديد، يفوز احترام المؤسسات على التخريب، لم يعد العنف السياسي يجتذب مؤيدين، وأصبح غير شرعي جماعيا، كل ما هو دموي، يدعو للعنف الجسدي، منبوذ من الهيئة الاجتماعية والسياسية. لا نكف عن انتقاد هذا أو ذاك الجانب من مجتمعاتنا، لكننا في النهاية نرضى به، لم يعد لدى الناس، لأول مرة منذ مجيء العصر الديمقراطي، يوتوبيا اجتماعية، لم يعودوا يحلمون بمجتمع آخر. في الظاهر، تقلبات الموضة تزعزع الديمقراطيات، في العمق إنها تعقلها، تجعلها أكثر استقرارا وأكثر انغلاقا للحروب المقدسة، مهددة أقل من الداخل، أقل تأثرا للهذيانات الهيستيرية للتعبئة التامة.

ليس انهيارًا للروح الديمقراطية، إنما تقدمها. والانحراف الضعيف للمعنى يصاحبه، بالتأكيد، امتهان للسياسة، سقوط النضالية والعناصر النقابية، روح مواطنة منسقة وفق الموقف الاستهلاكي، لامبالاة وأحيانا زوال التعاطف تجاه الانتخابات:كم من مظاهر كاشفة عن أزمة مصممة بشكل مثالي لكن كيف لا نرى، في نفس الوقت، أن تمييع الأيديولوجيات وعهد الموضة المكتملة يتلازم مع مجتمع مدني أكثر استقلالا، أقل تعبئة حول ما يمسها، أكثر حدة: حقوق المرأة، البيئة، المدرسة، الجامعة،...إلخ.من جانب، هناك استثمار دينى أقل فأقل للقضايا السياسية، من الجانب الآخر، هناك زيادة من " صراعات للمجتمع " شاهدة على حقيقة أن المجتمع المدنى ليس سلبيا بقدر ما نقول عنه: إنه يتدخل بشكل مباشر أكثر، بشكل عفوى أكثر في القضايا التي لها علاقة بحياة الأفراد والعائلات. محاطا أقل بعقائد خانقة، أكثر تنقلا، أكثر ارتباطا بنوعية الحياة وبالحريات الفردية، فإن المجتمع حر أكثر في التدخل، قادر أكثر على تشكيل ضغط على الدولة، أُهل أكثر للتعبير عن تطلعاته خارج المنظمات السياسية والنقابية التقليدية.إن زوال التآلف الأيديولوجى الذي يميزنا يؤدي إلى كثير من الصراعات المتفجرة، قرب أكثر للمواطنين مع قضاياهم المباشرة، سلطة متغطرسة أقل لأغلبيات انتخابية ضعيفة.على خلاف ابتزاز طوائف معينة فائقة القوة بمأمن من المنافسة، فإن مظاهرات الحشد حول مشكلات مجتمع ليست مهانة للحياة الديمقراطية، إنها تثريها بإلزامها للسلطة المركزية أن تحكم أقل من أعلى، أن تأخذ في الأعتبار التطلعات المتعددة التي تشكل مجموعًا جماعيًا.صار المجتمع يسمع أكثر والسلطة الشعبية يجب أن تتعلم

أن تبتكر حلولاً أقل تكنوقراطية وأكثر سلاسة، أقل استبدادا وأكثر تنوعا، بالانسجام مع العالم الفرداني المنفتح المعاصر.

قشعريرة الرجوع

مقدرين التذبذب المذهبي الكبير الذي يحدث تحت أعيننا. في عدة سنوات أخلى النموذج الماركسي المكان للنموذج الليبرالي، الانفصال عن الرأسمالية أفسح المجال لتتويج المشروع الحر والتحرر من الدولة. بعد الرواج المعارض، حالة نعمة السوق، بعد الرفض الكبير، فتنة الربح. جو الزمن كان بالأمس لليوتوبيا، اليوم يتأرجح داخل البرجماتية والواقعية الإدارية. بالتلازم مع الترويج الأيديولوجي للمنافسة الاقتصادية، نشاهد إعادة أهلية القيم الفردانية التنافسية. رغم أن الطموح، الجهد، النقود تقدموا، فنحن نعتن نهاية، نبلغ مؤسسة مدرسية مشوهة أكثر فأكثر وخاضعة لأيديولوجية تربوية. انتهي الحماس للجماعة التعليمية وللتجربة المعيشية، الساحة الآن للمعرفة، للتعليم، لسلطة المعلم، " للنخبوية الجمهورية ". إنه الفضل، الجودة، المهارة الفردية التي تفوز، بعد نشوة الثقافة المضادة والتواصلية، وضعت البندولات جميعها في ساعة الفعالية والحصيلة الحسابية.

كما نعرف، الموجة الليبرالية الجديدة مع ذلك بعيدة عن أن تفرض نفسها دون أصوات نشاز. إن كان هناك بلا ريب دقة قلب للمشروع الذاتي، فهذا لا يمنع إطلاقا الهيئة السياسية، حتى في الولايات المتحدة الأمريكية، أن تكون مؤيدة لنظم الحمايات الاجتماعية، للسياسات الاجتماعية الموضوعة في إطار حسن إدارة الدولة.هناك زوال للتعاطف تجاه تدخلية دولية معينة في موضوع اقتصادي دون أن يفسد ذلك في شيء التعلق الجماعي بالعدالة الاجتماعية، بتغطية المخاطر الكبيرة، بتدخل الدولة في موضوع اجتماعي وحتى جامعي، كما كشفته حركة الثانوية-الطلابية الأخيرة في فرنسا وفي إسبانيا. نحتفل بالدينامية الملتزمة، لكن العديد هم من يظهرون تعلقهم بالأجور بالأقدمية وبالامتيازات المكتسبة. هناك عزم على استعادة سلطة المعلم والمعرفة دون أن يفسد هذا بأقل ما في العالم من أهمية التواصلي وأخذ المحفزات الذاتية داخل النظام التربوي في الاعتبار. للموضة تطرفاتها، لكنها

اجتماعيا تنتشر ماحية حدودها الواضحة، إنها تتآلف ثانية بطريقة غريبة، إنها في الحقيقة تفقد كل طابع عقيدي لتحقيق "استمرارية في التغيير" معينة، تحول أسرع للجسد الجماعى لا يحطم مع ذلك التوازنات الكبيرة للمجتمعات الديمقراطية.

إن التيار الليبرالى الجديد الحالى موضة أكثر منه عقيدة مذهبية صلبة، إنه جاذبية الجديد وصورة " الشيء الخاص " التي تغرى أكثر من البرنامج السياسى الليبرالى.مثل كل موضة، ستفرز تلك نقائضها، سيكون لدينا بلا أدنى شك، خلال مدة محددة من الزمن، ريح جديدة من الجنون من أجل الدولة وعقلانية الكلية، سيكون لدينا موجات جديدة من معارضين شعثاء أو لا، من يوتوبيين رومانسيين في حرب ضد عالم المال، من التراكب، من العمل. منذ أن كان العصر اللاهوتي للأيديولوجيات باطلا، نحن مكرسون للتقلب المستمر للقيم، لتذبذبات الأفعال وردود الأفعال، لـ "العودة الأبدية " للموضة التي لا تكف عن إعادة تدوير الأعراف والقيم القديمة في داخل الحداثة.نحن نهتز خلال سنوات الثمانينيات هذه لصوت العصرية التكنولوجيا الحديثة والتنافسية الهجينة بهواء معاكس.

من الممكن بالتأكيد إعادة تحديد موقع هذه اللحظة في واحدة من تلك الدورات المتكررة للتاريخ الحديث الذي يتميز بفرط استثمار الشئون الخاصة بالخلاف إلى مرحلة سابقة متعلقة بالأمر العام.هناك تأرجح كثير بالنسبة إلى المحور العام / الخاص، دورة " تخصيصية " جديدة تدور تابعة لالتزامات جماعية متنوعة لأعوام الستينيات وبداية السبعينيات. المسألة هي معرفة في الإمكان أن يكون هذا التقلب واضحًا، يكون ذلك جزئيا، على طريقة هيرشمان الذي يشدد على تجربة الاحباط التي توفرها المشاركة في الأحداث العامة(1).مشددا على دور عدم الرضا والإحباط الشخصى، فلتحليل هيرشمان ميزة محاولة إدراك شراسة التقلبات الجماعية من الجانب الآخر لاعتبار عوامل موضوعية ظرفية و"عوامل عقلانية". نتيجة لذلك، فإن كل ما تدين به تغيرات الميول للتقلب ولطيش المحفزات الإنسانية.هو مؤكد: أن منطق الموضة في اتجاه غامض لنظرية التذبذبات الأيديولوجية والاجتماعية هذه. لكن الأهمية الممنوحة لخيبة الأمل "داخلية النمو". مبالغ في تقديرها بشكل واسع جدا، هي ليس لديها،

---

(1) A. HIRSCHMAN, op. cit.

بالنظر إلى ذلك، أى طابع تفسيرى داخل الدورة التي تشغلنا. اليوم، ليست فقط خيبات ظن التعبئة الثورية هي التي تستثمر الخاص. إنه كل الجسد الاجتماعي، الأغلبية الصامتة نفسها الخاملة سياسيا بشكل واسع جدا منذ عقود. لا شيء يمكن رؤيته مع خيبة الأمل التي تسببها الأحداث ذات الأهمية العامة. منذ زمن طويل لم تشارك الحشود بنشاط في النضالات الأخروية ولم تعد تنخرط في آمال تغيير العالم. النفوس التي تشجب بغموض الرأسمالية وتجاوزاتها لكنها لم تنخرط سياسيا فيها. صارت تراجع أحكامها لصالح المشروع الحر. ليس خيبة الأمل: جاذبية الجديد التي لا تقهر. التأرجح الحالي يركن إلى التجربة المعيشة أقل من فساد الأيديولوجيات الكبيرة "الفولاذية"، إلى الإحباط أقل من حمى التغيير والشغف بكل ما يثير حماسة الفرد الحر. أيا كانت الأسباب العميقة – سنأتي إليها بعد ذلك – التي تفسر الاحتذاد الأيديولوجي الجديد، فهو لا يمكن فصله عن شغف الموضة: الميل إلى الحداثة يقوم الآن بأثره حتى في الخطابات والتوجهات الرئيسية. بدون إغواء الجديد، لن تستطيع الأفكار الجديدة أبدا أن تكسب بهذه السرعة جمهور كهذا. ليس فقط عن طريق "واقعية" مرتبطة بالأزمة التي استطاع الترويج الثقافي للمشروع إحداثها، إنه أيضا وليكن بشكل ثانوى، عن طريق روح الموضة.

أحدثت الثقافة المضادة، والموضة جزء منها، الكثير من التحولات الأساسية والمحورية، بلا شك، في السلوكيات الفردية والجماعية. مع تغير الصورة الاجتماعية للمشروع، أصبحت تلك الصورة محلا للاستغلال وصراع الطبقات أقل من كونها محلًا لخلق غنى يدعو الجميع للمشاركة: وبدأت فكرة "حلقات الجودة" تقسم أوروبا، في حذر، وشكل رب العمل النفعي أخلى الساحة على نطاق واسع أمام شكل المبدع والأبطال-النجوم للمشروع. منذ الآن، بدأ نشاط النقابات يدرك تغير المناخ هذا في لغته وممارساته: التسيير الذاتي يبدو أنه قد كان، لم تعد الرأسمالية هي الشر المطلق، الإضراب نفسه أصبح هنا وهناك سلاحًا يسبب استخدامه المشاكل. بالتوازى، الميل للعمل، لخلق مشروعية، انتشر واكتسب شرعية اجتماعية جديدة، إنه وقت الرابحين، لأرباب الأعمال الإعلاميين، للشباب الطموحين. حدثنة أيديولوجية أساسية للمجتمعات الليبرالية التي، متخلصة من صورة

مجتمع استغلالى، تجد نفسها مزودة بشرعية مدعمة وبثقافة مؤيدة، على الأقل في المبدأ، لمشاركة واقعية أكثر للأجراء، لعملية "تعاون نزاعي" في المشروعات.

تحول كهذا في الإحداثيات الأيديولوجية لم يترك الوسط الذاتي نفسه دون تغيير، جلبته أهداف واتجاهات جديدة. إننا بعيدون عن عبادة الانشقاق الهامشى، نقلق الآن على المستقبل، تم إظهار الجهد، الشجاعة، المخاطرة، فلتحيا المنافسة، الاحترافية، التميز. هل تعلن هذه البيئة الثقافية الجديدة، مع ذلك، نهاية المظهر النرجسى للشخصيات المعاصرة؟ رد اعتبار للروح التنافسية وللطموح، توافق حول المشروع، أليست هناك توزيعة لعب جديدة تتنافر مع عهد الأنا الذي يستوعبها، وتقف بالمرصاد لأحاسيسه الخاصة؟ إنها صفحة على وشك أن تقلب: لم يعد هوى الزمن للتصالحية، للتسامحية، لنفسانية كل الاتجاهات، كل جزء من الثقافة المنعشة أفسح الخطوة لمرجعيات "جدية" أكثر، مسئولة أكثر، عالية الأداء أكثر. لكن الفردانية النفسية لم تمت، أُعيد تدويرها بإدماج العطش الجديد للعمل، للبرامج المعلوماتية، للإعلام، للدعاية. جيل نرجسى جديد في العمل، تأخذه حمى المعلوماتية والأداء والأعمال وبارومتر-الصورة. ليس فقط الطقس النفسي، الوله بالأجساد وبالاستقلال الخاص تعمل أكثر من أى وقت مضى، لكن العلاقة بين الإنسانية الأصلية، الفريدة تاريخيا، التي أنشأتها الثورة الفردانية الثانية، لم تكف عن أن تتجدد.بالتأكيد، نحن نعرف " رد فعل " أهلقراطى، بالتأكيد، الميل للنجاح، للتنافس وللمؤسسات عاد بقوة، لكن كيف يجب تفسير تلك اللحظة؟ ليس إطلاقا كإعادة استثمار تقليدي للقيم التراتبية وأولية لمعايير الآخر، لكن بشكل جوهري أكثر بكثير كملاحقة، بوسائل أخرى، لعملية نرجسية تحديدا لتخفيض– ما لا يعني إلغاء – التبعية الذاتية تجاه المعايير الجماعية للكرامة الاجتماعية. في قلب ما يشكل الفردانية المعاصرة، توجد هناك البنية الجديدة للعلاقة البين شخصية؛ حيث تغلب الأنا على المعرفة الاجتماعية، حيث يؤخر الطموح الفردي للسعادة وللتعبير عن الذات الأسبقية المزمنة للحكم على الآخر (شرف، إنفاق تفاخرى، مكانة، مقام اجتماعى،... إلخ.). هذا التأرجح للعلاقة الاجتماعية بين الناس، بعيدا أن يكون ملغيا، يشكل المرحلة الأخيرة، بالكامل، لحكم الأفراد، وهو متبعًا ديناميكيته. من السذاجة الاعتقاد أننا نساعد في عودة صافية وبسيطة للأيديولوجية التنافسية. في حماسة للنجاح وللارتقاء الاجتماعي، هوى الزمن

الجديد لم يقم سوى بمواصلة عمل تحرير الأفراد إزاء إشارات جماعية للنجاح الاجتماعي ولرضا الآخر.

حتى شيطان الاعلام الذي يجعل من الآن فصاعدًا الفنانين، الصحفيين، الكتاب، أرباب العمل يركضون، يجب ألا يتم فهمه كأنه إشارة تفوق للاستحواذ على الآخر، لكن أكثر بكثير كدعاية ذاتية، متعة نرجسية بالظهور على الشاشة، أن يراه أكبر عدد ممكن، رغبة أن يكون محبوبا وأن يثير الإعجاب أكثر من أن يكون محل احترام وتقدير لأعماله: عاشق ذاته يريد أكثر أن يغوى من أن يكون محل إعجاب، يريد أن نتحدث عنه، أن نتعلق به، أن نختاره، استطاع ب.بوافر دارفور أن يصرح في صحيفة يومية كبيرة: " أحتاج أن أكون محبوبا ". كسب النقود، النجاح اجتماعيا تم إعادة اعتبارها، لكن مع دوافع نفسية وثقافية لديها القليل لترى مع الرغبة في الارتفاع داخل الهرم الاجتماعي، في التسلق فوق الآخرين، في جذب الإعجاب والحسد، في كسب الاحترام.الطموح نفسه تم أخذه في دوار الذاتية الحميمية: العمل بقدر ما هو وسيلة لإقامة مكانة مريحة اقتصاديا فهو طريقة لتحقيق الذات، للتفوق على النفس، لامتلاك هدف محفز في الوجود.التركيب النرجسى للأنا يغلب، يتعلق الأمر، من جانب، بامتلاك المال للتمتع على حدة بخيرات وخدمات الحياة العصرية، من الجانب الآخر، بفعل شيء بالنفس وللنفس، بمعرفة إثارة المغامرة والمخاطرة، على غرار سباق المدراء رجال اللعبة الجدد. اتخذت المنافسة والمخاطرة صبغة جديدة: ليس فقط صبغة الوصولية الغازية، لكن صبغة النرجسية اليقظة للنفس واهتزازاتها الحميمية أكثر من التعاظم على الصعيد الاجتماعي والهيبة. ليس هناك أى انشقاق بين المذهب الملتزم الجديد وبين رغبات الأفراد المخففة للكتابة، الموسيقى أو الرقص، في كل مكان أنه التعبير عن الذات، "الإبداع"، " المشاركة في العمق"للأنا التي تغلب. نرى تعدد حالات تغيير الأنشطة المهنية لدى الكوادر، المهن الحرة وآخرين، ليس لأن "المظهر العام للمهنة" مسدود، لكن لأننا لا نحقق نفسنا فيها كما نرغب. لا يعني العصر النرجسي الحديث اختفاء المنافسة بين الأشخاص، لكن خضوع لشكليات المنافسة برغبات إنجاز خاصة. الآخر هو عقبة أو عدو أقل منه وسيلة ليكون نفسًا موازية. لو دفع منحدر ديمقراطيات، مدعم اليوم، الأفراد للتبارى ضد بعضهم

البعض، للتثبت فرديا في المنافسة مع الآخر، يجب ألا نرى فيه دورة جديدة تتابع المسيرة النقية والبسيطة للفردانية المتعبة والنفسية. إنها نفس عملية التخصيص النرجسية التي تزيد الحدود، الأنا تجعل من نفسها أكثر سيدة المنافسة بين البشر على غرار هذه الرياضات (سباقات هرولة، تنس خارج مباراة) حيث تكون المنافسة مع الآخر قبل كل شيء طريقة للانتشاء، للحفاظ على الشكل، لإطلاق تحد مع النفس، لتحقيق آداء فردي.

يستحق الرواج الليبرالى الجديد أن نتوقف عنده. كيف استطاعت المؤسسة الحرة، المحقرة لمدة طويلة، غزو قلوب الشعوب في مدة زمنية قصيرة جدا؟ كيف نفسر هذا التحول الثقافي لصالح الربح والسوق؟ كيف، في أمة مثل فرنسا، شديدة الميل منذ القدم للمركزية الحامية للسلطة العامة، استطاعت إحداث حركة مثل تفكك الدولة؟ نعرف وفي الحالة الفرنسية، الخبرة "الوردية" لم تساهم قليلا في هذا التأرجح، إنها تحديدا سمحت بإظهار حدود عمل الدولة داخل اقتصاد متورط في السوق العالمية، بفتح العيون على قواعد الاقتصاد وحقيقة الأزمة، نقضت أحلام اليسار مستخدمة، بعد مرحلة أولية من الانتعاش، إدارة نفعية للأعمال. فيما وراء التناوب السياسى، كان سياق الأزمة الاقتصادية قاطعا. أولا بشكل مادي جدا عن طريق انحراف النمو المستمر للاقتطاعات الإجبارية منذ ١٩٧٣: ما كان يبدو أنه وسيلة حماية، ضمان الحرية وسعة العيش، بدأ في الظهور، بالنسبة للبعض، عقبة في استقلال وفي مسئولية الأفراد. تحت الثقل الذي يمكن إدراكه منذ ذلك الوقت، للضرائب والاشتراكات الاجتماعية، دائما اقتطاعات وإعادة توزيعات رسمية أكثر توقفت عن الجريان بسهولة وولدت إحساس أننا نختلق أمما مساعدة، ديمقراطيات قاصرة. بشكل أعمق أكثر أيضا، كانت الأزمة أداة تربوية محولة الأرواح للواقع، جاعلة التصورات اليوتوبية والحل المعجزة للدولة عتيقة. بطالة مستمرة، نمو صفر، ضعف صناعي، فقدان القدرة التنافسية، عجز موازنة المدفوعات، التوزيعة الاقتصادية الجديدة أطلقت بتأخير إدراك لهات الأمم الأوروبية، ضرورة التفانى في وسائل للخروج من حالة الأزمة، إنها في قاعدة الترويج الثقافي للمتعهد، للمخاطرة، للميزة الفردية كوسائل لإعادة إحياء مجتمعاتنا وفتح فرص المستقبل لهم.

رغم كونها مهمة جدا، لم تستطع هذه العوامل أن تلعب دورها إلا مطعمة على تحولات القيم وأنماط الحياة الخاصة بعصر الموضة المكتملة. بزيادة فردنة الأشخاص، وبتقوية الميول للاستقلالية، بتمييز تسجيل الأحداث، أدت سطوة الأشياء والإعلام إلى ارتفاع قيمة كل ما يختص بالحرية وبالمسئولية الفردية. إن الرواج الليبرالى الحديث، جزئيا، هو توافق أيديولوجى لأنماط الحياة المتركزة على الذرة الفردية المستقلة، المتمردة على النظم كلية العلم، على الأطر الخانقة، المتجانسة، التوجيهية. من المستحيل فصل التوافق حول الربح والمؤسسة عن التأثيرالخاص للموضة المعممة التي نرى أنها لم تكف عن العمل على ترويج الاستقلال الفردي واستئصال المعتقدات القطعية-الأخروية. هكذا يمكن أن تكون حقبة الموضة الكلية في قاعدة ظواهر ثقافية متناقضة جدا: أول أمس الرفض اليوتوبى الكبير، اليوم، تكريس العمل. التناقض مرة أخرى ليس إلا ظاهرا ونشهد فقط الآثار المتناقضة لنفس الدفعة ذات الطابع الفردي. ساعة الاعتراض، أعطيت المطالبة الفردية ساحة حرة بالتخلي عن النظام البيروقراطي ـ الرأسمالي وبالتزاوج مع الراديكالية الثورية: كان الأمر يتعلق بمرحلة متوسطة بين عصر ثوري عسكري وعصر فردانية منشغلة أولويا باهتمامات خاصة. تابعت الموضة المكتملة عملها، الفردانية النرجسية التي تسيطر علينا، المعارضة للتكهنات الكبرى، الراغبة في الواقعية الزائدة، كانت هي الأرض المغذية للنهضة الليبرالية. الحاجة للمرونة، تأتي إلغاء التأميمات والتحريرات على صدى تحولات الفردية، المرنة هي نفسها، البرجماتية، الطامحة قبل كل شيء إلى الاستقلال الخاص.

نعرف أنه، بالتوازى مع النفحة الليبرالية الثانية هذه، تنتشر ظواهر متنوعة ذات طابع محافظ بوضوح تترجم تقلبًا مذهلا جدا أيضا للقيم. مذهب القانون والنظام مدفوع للنجاح: عقوبة الموت تتمتع بحظوة الرأي العام، وبولايات متعددة في أمريكا، أعادوها وطبقوها.فيما يخص السجون، أفكار التعديل وإعادة الاندماج في المجتمع لها صدى أقل فأقل، يجب وضع نهاية " السجن الرخو" وتسامحية العدالة، يجب المعاقبة بحزم، إعادة يقين العقوبة. في إنجلترا يهدد البعض بالعودة للعقوبة الجسدية. امتدحنا " الأمر العلاجى" لمتعاطى المخدرات ومعاقبة استهلاك المخدرات. جمعيات متعددة مع الحياة، دعوهم يعيشوا، تمشى في حرب صليبية من أجل إلغاء الإجهاض الشرعى: في الولايات المتحدة الأمريكية تتزايد

الاعتداءات ضد العيادات التي تمارس الإجهاض، ومنذ ١٩٧٧ الإجهاضات الطوعية لم يعد يمكن تمويلها من خلال الخلفيات الشعبية، يعلن رجال سياسة ذوو أهمية كبيرة في فرنسا كما في أمريكا ضرورة وضع نهاية لتشريع الإجهاض. نظام أخلاقى جديد يحاول فرض نفسه، موضوع " عمل، أسرة، وطن " يعود. بعد حمى التحرر الجنسى والنسوى، نعيد هنا وهناك مدح العفة، ربة المنزل، العذرية، نندد بخطيئة منع الحمل، يظهر الإيدز كإشارة على غضب إلهي، أصبح اللواط جرمًا يستحق السجن في عدة ولايات أمريكية. مقلقة أكثر أيضا، تمتد الموضوعات العنصرية والكارهة للأجانب من الآن فصاعدا بلا خجل على الساحة العامة، نصدر شكوك على الهولوكوست، تتزايد الاعتداءات ضد الأجانب، الأحزاب اليمينية المتطرفة تحصد نتائج جيدة في الانتخابات على أساس " فرنسا للفرنسيين، الأجانب خارجا ". إن المناخ المضاد للتسلط التحررى للاعوام ١٩٦٠-١٩٧٠ أصبح خلفنا، المحافظة في الصدارة.

هل نستطيع أخذ هذه الظواهر متنافرة لكن معبرة عن تقلب أيديولوجى لا يمكن إنكاره كظواهر للموضة المعممة؟ ألسنا نشهد عودة حقيقية محافظة وأخلاقية متابعة مسيرة الليبرالية الثقافية الزائدة على الحد للسنوات السابقة؟ أليست هي نفس الإشارة للعودة الخالدة للموضة، لتناوب القديم والجديد، لإعادة تدوير الماضي، للدورة التناوبية للحديث والرجعي؟ التشابه خادع: بالأساس، ما نسميه أحيانا " الثورة المحافظة " يتناقض مع روح ومنطق الموضة. بينما تعمل الموضة المكتملة على منطق المتعية والإغراء والجديد، ترد المحافظة الحديثة بتمجيد النزعة الأخلاقية و" القمع "، و"التقليد ". إنها عملية عكسية تحدث، إنه النظام الأخلاقى وليس النظام العابث. بينما يؤله شكل الموضة الخيار الذاتي الفردي، نجد التشدد الحالي يسحق التنوع والتركيبات الحرة تحت قيادة عقائد التجديد. تتغذى الموضة على الرغبة الشرهة للجديد، المحافظة الحديثة تترسخ في العقيدة الدينية المقدسة، ترد الموضة على ميول التغيير، النظام الجديد يرد على جزع عدم الأمان المادي، الاقتصادي، الثقافي، الموضة هي نشوة الحاضر، إن الأغلبية الأخلاقية حنينية لنظام ماضٍ. هجوم صارم فيما يتعلق بالأخلاق، فضلا عن ذلك موجه بوضوح ضد العصرانية المفرطة وتسامحية روح الموضة المتهمة بزعزعة إشارات الاستواء، للمرأة، للطفل، بتدمير قيم المجهود، العائلة، الدين،

العمل، الوطنية. إن ما نشهده هو رد فعـل ضـد الآداب المتسامحة وضـد "تـدمير" السلطة والأمة، ضد انحطاط الغرب الممنوحة مسئوليته للحكم الجامح للموضة الكلية.

إن استثنينا الإرادة الأمنوية، الأغلبية الأخلاقية هي قبل كل شيء نتيجة أصولية دينية لم تنجح الموضة المكتملة في استئصالها.المقصود بقاء دينى متسامح أقـل مـن نتيجـة موضـة، ملمح أساسي للديمقراطيات المعـاصرة أقـل مـن ظـواهر نموذجيـة للأمـم. حيـث تتكـاثر مجموعات وكنائس أصولية استطاعت استعادة الجمهـور بـسبب الموجـة الغـامرة التحرريـة السابقة، تفكك الهويات الاجتماعيـة والقلـق الفـردي والجماعـى الـذي ينقلونـه. لا تـترجم المحافظة الحديثة هذه العهد المرن للصف النهائى للموضة، إنها تـصل روح الـدين التقليـدي جدا بعهد آخر لعدم معرفتها بالفعل وحكم الأشخاص الخاصين. إمبراطورية الموضة ليست بعد في نهاية سباقها، أزالت كثيرًا من الانقسامات وأطلقت في سنوات قليلة مطلبًا فردانيـا لا مثيل لـه. في المجتمعـات ذات العاطفـة المتزمتـة المترسـخة بعمـق، تـصطدم عمليـة الموضـة بقناعات وإيمان متصلب لم تنجح في زعزعته. لا نستند سريعـا جـدا إلى مطلـق دينـى منغلـق للقرن: يجب أخذ الزمن في الاعتبار، النتائج الثقافية للموضة المتسعة ليس لديها سوى بـضعة عقود.لا نستند أكثر إلى السلطة المطلقة لحكـم الموضـة: لا شيء يـشير إلى أنهـا سـتتمكن مـن أرجحة وسط المعتقدات داخل النظام الاستهلاكى والمتقلـب دائـمًا. نـستطيع فقـط التفكـير بتعقل أنه لصالح ديناميكية الموضة التي لا تنعكس، ستصبح التمامية مقسمة قليلا... قلـيلا، أقل فأقل سيطرة في الديمقراطيات الحديثة. ليس أكيدا أنه يمكنها الاختفاء.

حتى لا تكون مشابهة لشكل من الشغف، ليست هذه اللحظة المتشددة والمتسلطة بلا رابط مع الموضة المكتملة. بحثا عن الحداثة، "ضخم" الإعلام بشدة النسخة الثانية التقليدية، كأن الرأي العام دار دورانا معاكسا فجأة. نعرف أنه لا شيء من ذلك، الأمر يتعلق بأكثر مـن واقع ثقافي عميق، في ذلك، النتيجة "عودة القيم" لا تنفصل عن الإعلام وتبرز نتيجة لذلك، بشكل متناقض، على الموضة، حتـى لـو تمـرد عليهـا. كـل الاسـتطلاعات تظهـره، الـشغف بالاستقلال ورغبات المتعة الخاصة لم تكف عن التطور. نتذرع بقيمة العائلة المـستعادة، لكـن حالات الطلاق لم تكف عن التزايد والمواليد عـن الانخفـاض، يتـزوج الأشـخاص في سـن

متأخرة أكثر فأكثر وبشكل أقل فأقل، الأطفال "الطبيعيون" يمثلون من الآن فصاعدا في فرنسا واحدًا إلى خمسة. نعلن انحدار الجنسية المباحة، لكن، في المدارس الثانوية الباريسية، ولد من اثنين لديه علاقات جنسية وفتاة من ثلاثة ليست عذراء، الأغلبية الساحقة تجد وسائل منع الحمل والجنس الحر للمراهقين مشروعًا.عداء للإجهاض؟ حتى في الولايات المتحدة الأمريكية، تعارض الأغلبية حظره القانونى. وناخبو الجبهة الوطنية مناصرون بنسبة ٣٠ ٪ للإبقاء على الإجهاض الطوعى. انبعاث لأصولية دينية؟ إنه عدم رؤية أن لدى المؤمنين ممارسات ومعتقدات حرة بشكل غالب أكثر فأكثر، انتقائية، مفردة. إنه نسيان أن الظاهرة تنتشر في الحملة التبشيرية، في إعلان فيديو مسيحوي، في حديقة لها جاذبية مسيحية مع عرض مسرحى بالليزر، حمام سباحة نسبح فيه نهارًا ونعمد فيه ليلا. أصداء كثيرة على السطح الإعلامى، قليلة على الساحة الاجتماعية، أليس هناك أحد معالم الموضة؟ مجتمع غير شكل الموضة بنيته الإدراكية لا يمنع أبدا إظهار قيم متشددة، بشرط إضافة أن الظاهرة تبقى مشهد بمؤثرات ليست منعدمة، لكن سطحية وأقلية.

كما أن الطهرانية الحديثة لا تسجل شغفا، فإن المطالب والمقاييس الأمنية لا يمكن اعتبارها كحركات موضة. عودة عقوبة الموت، عدالة حازمة أكثر، تدقيقات في الهوية على الطريق العام، قيد على قانون اللجوء، رمز للجنسية، " دفاع شرعى "، قدر من الظواهر لا شيء يرى فيها مع التقلبات الزائلة للموضة. الاستطلاعات الجماعية: الصراع ضد الجريمة والرغبة في الأمن على رأس اهتمامات الأشخاص. لم ننته من معرفة الحاجة للنظام، لأن الأمر لا يتعلق، في العمق، بأيديولوجية لكن بمقوم حتمى للمجتمع الفردانى البوليسى الذي غير شكل الموضة بنيته.في مجتمع شديد الفردانية حيث تستبعد المشركة (إضفاء صفة الاشتراكية) أشكال العنف والقسوة الجسدية حيث تتواجه شعوب مختلفة، حيث يحل التواصل محل القمع، حيث يكون النظام العام مؤمنا بشكل واسع جدا، الخوف متعايش مع الفرد المسالم وغير المسلح. الجزع الأمنى ليس افتتانًا، إنه نوع من الثبات للحياة الديمقراطية. أشار توكفيل إليها من قبل: إن كان لدى الإنسان الديمقراطي ميل طبيعى للحرية، فلديه عاطفة ما زالت شديدة جدا للنظام العام، إنه مستعد دائما، في الظروف المضطربة، للتخلى عن

حقوقه من أجل خنق براعم الفوضى: " أصبح الميل للسكينة العامة إذن شغفًا أعمى، والمواطنون موضوعات للشغف بحب غير متناسق جدا للنظام[1] " مندرج تماما في امتداد هذا المنحدر الديمقراطي، تقدم اللحظة الحالية مع ذلك طابعا فريدا: يتطلب المواطنون، في الواقع، في الوقت نفسه مزيدا من الأمن اليومي ومزيدا من الحريات الفردية. نظام عام أكثر، لكن لا حقوق ولا استقلال فرديًا أقل. الرغبة في الأمن لا تعني إطلاقًا كمقابل التخلي عن الحريات السياسية والخاصة كما كان يخشى توكفيل. نحن لا نرى انطلاق ديناميكية قيد حقوق الأشخاص لصالح امتيازات الدولة، نرى تبلور حاجة متزايدة لسيطرة وحماية عامتين ضمن مجتمع متعلق بعمق بالحريات الفردية والديمقراطية.

مثلما أن المقاييس الأمنية لا تتغذى على أيديولوجية مؤلفة، فإن انبعاث كراهية الأجانب لا يندرج في استمرارية الأيديولوجية العنصرية الكلاسيكية. اليوم، أولئك حتى الذين يغذون المشاعر الأقل حملا للوجوه السمراء لا يمتدحون تدمير الآخر، لم يعودوا يعلنون الأفضلية بلا منازع للجنس الآري وللغربي. لا إبادة جماعية بعد، كل عند نفسه. أيما كان عدد الجرائم العنصرية المرتفع جدا، تظل الظاهرة محدودة، لم نعد نرى ذبح اليهود، مذابح وخروقات منظمة. لم يعد للعنصرية حدة قديما، تراجعت على نطاق واسع، أقل عدوانية. الكثيرون لا يحبون الغرباء، قليلون يقبلون بإراقة الدماء، لا نرتبط بهم، لكن لا نتهاجم. العصر العابث لا يستبعد العنصرية، يغير فيها بضعة ملامح، ولا يوجد شخص لم يتصور "حلاً نهائيا"، ولا شخص لم يدعم فكرة دونية الخلقية للشعوب الملونة. نحن خارجون من موضوعية نقاء العرق، كراهية الأجانب الحالية تدفع على أرض هاجس أمن وحماية المصالح. تسري العنصرية مثل أيديولوجيات أخرى، فرغت من معناها الثقيل، أصبحت أقل ثقة في نفسها، أقل تسلطا، " بعد-أيديولوجيا "، وأكثر التعبير عن القلق الفردي من رؤية مانوية للعالم. أهناك حاجة لتوضيح إنها مع ذلك لم تتأرجح في نظام الموضة السطحي.

---

(1) **Alexis de TOCQUEVILLE, De la démocratie en Amérique, Paris, Gallimard, t. I, vol. II, p. 308. Et pp. 147-148 et p. 301.**

حتى لا يكون متعارضا مع سير المؤسسات الديمقراطية المستقر، لا يطرح التنظيم الاجتماعي الجديد للمعنى سؤالا شائكا فيما يخص المثال الديمقراطي للاستقلالية الذاتية في دائرة الآراء. كيف نتكلم عن حرية فردية هناك، حيث تهتز حياة الضمير على إيقاع مزاجات الموضة المتقلبة؟ لو تتأرجح الأفكار على حسب الشغوف المتقلبة، لو نتبنى بانتظام التيارات " الحديثة – المطلعة "، ماذا تكون النهاية الديمقراطية – الفردانية بامتياز التي تكون السيادة الشخصية أو تقرير المصير الذاتي في نظام الأفكار؟ أسئلة أساسية نجد لها صياغة نموذجية قبل ذلك لدى توكفيل. حتى إن لم يوجد فيها نظرية عن الموضة في "عن الديمقراطية في أمريكا "، يوضح التحليل التوكفيلي عن مصدر المعتقدات في الأمم الديمقراطية عن قرب السلطة المتنامية للتأثيرات الجديدة على العقول الخاصة. تشاؤم توكفيل المتباين على مصير الديمقراطيات معروف: كلما تقدم تساوى الظروف، عبودية العادات وآراء المجموعة المسبقة، تتراجع لصالح استقلال الروح والمجهود الفردي للعقل. لكن، فيما يعاد الأفراد بلا توقف نحو إدراكهم الخاص، تنمو نزعة عكسية تقودهم للاتكال على رأى الجمع. من جانب آخر، مجهود أكثر للبحث في الذات عن الحقيقة، وميل أكثر لاتباع أحكام العدد الأكبر بلا اختبار. في الديمقراطيات، تأثير الرأي الشائع على الذرات الخاصة له سلطة جديدة ولا مثيل لها، إنها تتدرب مثل الموضة، ليس بالإكراه لكن بالضغط غير المرئى للعدد. في الحالة القصوى، الأزمان الديمقراطية تؤدي إلى " قدرة مطلقة للأغلبية "، " إلى عدم التفكير بعد"، إلى نفي الحرية الفكرية[1].كيف لا يؤخذ اليوم بجدية قلق توكفيل في رؤية تأثير وسائل الإعلام على نجاحات المكتبة، في رؤية الشيوخ الروحانيين الخفيين، في رؤية برامج التسلية، في تكاثر النجوم، في تعدد الموضات الفكرية والأيدولوجية ؟

أيا كان غموض الاقتصاد التافه للمعنى، لا يبدو لنا مؤسس على أنه نرى فيه منشأة لاستئصال الحرية الفردية وإشارة لخضوع متزايد للضمائر. من خلال تسارع وفيض امتثاليات الموضة، تحدث في الواقع حركة جزئية لكن فعّالة لاستقلال الأرواح، من خلال

---

(1) Ibid., pp. 18-19.

أوبئة تخلقية، هناك سير نحو إضفاء فردنة كبيرة جدا للأفكار. يطيب لنا غالبا التخلي عن الحماقة الغنمية لمعاصرينا، غياب انعكاسهم، نزعتهم المؤسفة للتقلب والمسارات المتعرجة. لكن هل كانت الأرواح حرة أكثر لما نجحت أديان وتقاليد في إنتاج تجانس بلا خلل للمعتقدات الكلية، لما فرضت الأيديولوجيات المسيحية عقائد قطعية بلا مجال للاختبار النقدي الفردي؟ نرى بلا صعوبة ما هو مفقود: ثقة أقل في القناعات، مقاومة شخصية أقل تجاه إغراء الجديد وإغراء العدد الكبير. نلاحظ نتيجة لذلك ما تم اكتسابه: تساؤلات أكثر بلا رأي مسبق، سهولة أكبر لاستئناف القضية. تحت حكم الموضة الجمالية، الروح أقل صرامة لكن أكثر تقبلا للنقد، أقل ثباتا لكن أكثر تسامحا. أقل ثقة بالنفس لكن أكثر انفتاحا على الاختلاف، على البرهان، على برهنة الآخر. إنه امتلاك رؤية سطحية للموضة المكتملة عن تشبيهها بعملية بلا مماثل للتقنين وإزالة الذاتية، في الواقع، إنها تطرح تساؤلًا أكثر قسوة، تعدد وجهات النظر الذاتية، تراجع تشابه الآراء. ليس تماثلًا متزايدًا لكل شيء، لكنه تنويع النسخ الشخصية الصغيرة. الحتميات الأيديولوجية الكبيرة تنمحي لصالح انفجار اختلافات فردية ضئيلة، لصالح تفردات ذاتية ربما أصلية قليلا، مبدعة قليلا، متعقلة قليلا، لكن وفيرة أكثر وسلسة أكثر. في الهوة التي تركها انهيار التعليم المسيحي والأرثوذكسية، تفتح الموضة الطريق لتخفيف الآراء الذاتية. لا شيء أكثر خطأ من تمثيل الموضة تحت ملامح إجماعية الضمائر. ليكن الشغف الحالي لليبرالية وناقص الدولة: بعيدا عن التحلي بخطاب متجانس، يرافقه مجموعة من البدائل والتكيفات، من متحررين جدد إلى اجتماعيين ديمقراطيين مرورا بالمحافظين الجدد وآخرين. تقريبا كل العائلات ذات الفكر، بدرجات متفاوتة، تشارك في رواج اللحظة، لكن ولا واحدة استعملتها نفس الاستعمال. قبل عدة سنوات، حدثت تلك الظاهرة مع الفكر الثوري الماركسي الذي أتاح الفرصة لسلسلة من التفسيرات والتركيبات: عفوية، تسيير ذاتي، ماوية، فرويد ـ ماركسية، يوتوبيا هامشية، بنيوية ماركسية، ضد إنسانية نظرية... إلخ. الموضة هي خدمة ذاتية حيث تجهز الخصوصيات عالما فكريًا على القياس تقريبا، مصنوعًا من إعارات مختلفة، من ردود أفعال على هذا وذاك. إن مصيرنا ازدهار اختلافات الآراء الصغيرة والكبيرة، الضمائر، بعيدا عن تكتيل الموضة لها، فهي منجرفة في عملية تمييز موسعة، ترقيع على البطاقة.

حتى لو اصطدم ذلك من الأمام بفكر متشكل على المدرسة الماركسية وعلى ألعاب الضد هيجلية بنمط نيتشي، يجب عدم الخوف من إعادة بنود إشكالية قديمة للموضة اليوم: التقدم. نعم وهناك تقدم في حرية الفكر وهذا، خلافا لتكيفية وامتثالية الموضة. نعم وسير الأضواء يتتابع، الرجال " في مجموعهم "، كما قال كانط، يستمرون في الخروج من " أقليتهم". انقراض للتعصب الأيديولوجي. انهيار للتقاليد. شغف بالإعلام. إن الأفراد قادرون أكثر فأكثر على ممارسة اختبار حر، على خضوع أقل للخطابات الجماعية،على استعمال إدراكهم، على " التفكير بأنفسهم "، مما لا يعني إطلاقا خارجا عن كل تأثير.بالتأكيد. تجدد الموضة شكلاً من الحزم الشديد للأفكار، بالتاكيد، إنها تعنى سلطانًا خاصًا لتأثير الآخر.لكن السلطة فيها ليست توجيهية، إنها تتدرب بلا تراصية. تصاحبها إرادة محاجاة وقدرة على الاستجواب أكبر لدى الأفراد.الموضة المكتملة ليست عقبة أمام استقلال الضمائر، إنها شرط لحركة الحشد نحو الأضواء.التفكير بلا معاونة الآخر، خارج مناخ فكرى وأيديولوجى مغذٍ، ليس له أى معنى بدقة." يجب إذن دائما،مهما يحدث، أن تتواجد السلطة في مكان ما في العالمين الفكرى والأخلاقى. مكانها متغير، لكن لديها مكان بالضرورة. إن الاستقلالية الفردية يمكن أن تكون كبيرة إلى حد ما، لكنها لا يمكن أن تكون بلا معالم[1]". لو، في المطلق وبالنسبة إلى منطق العبقري المبتكر، يهين عهد الموضة التخلقية الاستقلال الشخصي، اجتماعيا وتاريخيا، فهو يجعل منه ممكن الانتشار على مستوى الغالبية من الناس.

شيء ما يجعلنا دائما نقاوم فكرة اعتبار الموضة أداة للحرية.علاوة على التماثل الواضح الذي تحققه، ألا تقود إلى إحباط المجهود الانعكاسى للخصوصيات في البحث عن الصواب والعادل، هي التي تعمل بالإغراء وترتكز على المقدرة التخلقية؟ أن يكون سيد أفكاره أليس بالضرورة نتاج عمل فردي، عمل شجاعة وبناء واضح؟ وجهة نظر لا يمكن تجاوزها في المعنى، لكن تنطبق أكثر على عمل الاكتشاف الفكري من تشكيل أفكار الناس العامة أكثر. بالتمسك بها بتعريف إرادوي للاستقلال الفكري. فقط بضعة محترفين للتصور يستطيعون ادعاء الوصول إلى مملكة حرية الروح. الحشد، مكرس، كما يجب، للهيام، في المشهد،

---

[1] Ibid., p. 17.

لاستهلاك أفكار-صور، غير قادرة كما هي على الوصول للأغلبية، على الاستخدام الحر والمبدع للإدراك. يبدو لنا أن هذا التفرع النخبوى يضيع العملية الأكثر تعقيدا في المجتمعات الحديثة. غزو الحرية الفكرية ممكن خارج النموذج المرموق للعقل المعماري. يمكن أن يتم على مستوى آخر تماما، تطبيقي أكثر بكثير، عن طريق انحراف تعددية التأثيرات وصدماتها، عن طريق لعبة المقارنات المتنوعة. سير حكومة الذات في التاريخ لا يتم بواسطة الطريق الملكي للمجهود النظري الفردي، لكن بواسطة مجموعة من الظواهر الثقافية والاجتماعية المعاكسة في الظاهر للأضواء. "امتلك الشجاعة لاستخدام إدراكك الخاص، ها هو شعار الأضواء": تسمح الموضة المكتملة في هذه اللحظة لحشود كبيرة جدا باستعمال عقلهم الخاص وهذا، لأن النظام العريق للتقاليد قد انفجر وأن الأنظمة الإرهابية للمعنى لم تعد تعض على الأرواح. نحن نخضع لتأثيرات كثيرة، لكن ولا واحد حاسما بشدة، ولا واحد يلغى قدرة العودة للنفس. تنتشر الروح النقدية بواسطة تخلقية الموضة، وبواسطة تذبذب "الرأي"، ذاك هو التناقض الأكبر لديناميكية الأضواء. الاستقلال لا ينفصل عن نصوص التبعية.

نحتفظ نحن بكل رؤية سعيدة: ردود الأفعال المحركة للجمهور، المذاهب، المعتقدات المختلفة الخفية والما وراء النفسية التي تثير ضجة كبيرة غالبًا، هم هناك للتذكير بأن الأضواء لا تتقدم إلا بضدها، تفريد الضمائر يؤدي كذلك أيضا إلى الخمول والفراغ الفكرى، إلى الفكر-الضوء الكاشف، إلى خليط عقلي مشوش، إلى التحامات غير معقولة جدا، إلى أشكال جديدة من الخرافات، إلى " أي شيء ". إن كانت حقيقية ومذهلة، يجب ألا تحجب هذه الظواهر شفرة العمق التي تعدل علاقة الأفراد بالصواب والمعنى: نحن نخصص قليلا من الوقت والجهد لعمل الفكر، لكن نتكلم أكثر باسمه الخاص. قليل من التأملات المتعمدة ومع ذلك أغلبية ونضجًا أكثر فأكثر للكائنات. غباوة الموضة تساهم في بناء العقل الفردي، للموضة دراياتها التي لا يعرف العقل عنها شيئا.

(٥)

الانزلاق التدريجي للمجتمع

يحمل عهد الموضة المعممة حتى نقطة ذروته لغز الكائن الكل، الخاص بالعصر الديموقراطي. ما يتعلق بفهم كيف يتعايش الناس فيما بينهم داخل مجتمع قائم على الشكل والموضة. كيف يقيم رابطًا للمجتمع في حين أنه لا يتوقف عن توسع وسط الاستقلال الذاتي، عن تخفيف الاختلافات الفردية، عن إفراغ المبادئ الاجتماعية المنظمة من جوهرها السامي، عن إذابة وحدة أنماط الحياة والآراء؟ بإعادة هيكلة الإنتاج رأسا على عقب كأنه تداول للأشياء وللثقافة تحت سلطة الإغراء، الزائل، الاختلاف الهامشي، قلبت الموضة المكتملة اقتصاد العلاقة بين الإنسانية، عممت نموذجا جديدا للقاء وللعلاقة بين الأفراد الاجتماعيين، إنها تشير إلى المرحلة النهائية للحالة الاجتماعية الديموقراطية.

بالتلازم مع هذا الشكل غير المسبوق للتماسك الاجتماعي، طورت علاقة جديدة على الدوام، توجهًا جديدًا للزمن الاجتماعي. وتتعمم الزمانية التي تحكم الموضة منذ الأزل أكثر فأكثر: إنه الحاضر. أنهى مجتمعنا المحكوم بالموضة، نهائيا، قدرة الماضي المتجسدة فى عالم التقاليد، كما عدّل التعويل على المستقبل الذي كان يميز العهد الأخروى للأيدولوجيات. نحن نعيش في البرامج القصيرة، التغيير المستمر للمعايير، التحريض على العيش فورا: يرتفع الحاضر في محور أساسي للبقاء الاجتماعي.

تمجيد الحاضر الاجتماعي

بما أن الموضة لا تعود حصرا إلى مجال التفاهات وتحدد منطقا وزمنية اجتماعية معًا، فمن المفيد والضروري أن نعود إلى العمل الذي كان الأكثر بعدا في فهم وتضخيم وإظهار المشكلة: عمل ترايد. جابرييل ترايد، أول من نجح في تنظير الموضة أكثر من المظاهر التافهة، وأول من أعطى كرامة تصورية للموضوع متعرفا على منطق اجتماعي وزمن اجتماعي محددين. أول من رأى في الموضة شكلًا عامًا للاجتماعية، وعرّف عصورًا وحضارات كاملة بمبدأ الموضة نفسه.

بالنسبة لجابرييل ترايد، الموضة هي أساسا شكل من العلاقة بين الكائنات، ورابط اجتماعي يتميز بتقليد المعاصرين وحب الحداثات الغريبة. لا يوجد مجتمع إلا بعمق الأفكار والرغبات المشتركة، إنه التشابه بين الناس الذي يؤسس رابط المجتمع: "المجتمع هو المحاكاة"[1]. المجتمع والتقاليد هما صورتان كبيرتان للمحاكية التي تسمح بالاستيعاب الاجتماعي للأشخاص. عندما أفسح تأثير الأسلاف المجال للخضوع لاقتراحات المجددين، ها هي عصور التقاليد تخلي المكان لعصور الموضة. بينما نطيع في قرون التقاليد قواعد الأسلاف وفي قرون الموضة نقلد حداثات الخارج وما يحيط بنا[2]. الموضة هي منطق اجتماعي مستقل عن المحتويات، كل التصرفات وكل المؤسسات قادرة على أن تغلبها روح الموضة، عن طريق روعة الجديد وجاذبية العصريات. مبدآن اثنان متلازمان بصرامة يميزان الموضة في عيون ج. ترايد: من جهة، علاقة شخص لشخص يحكمها تقليد النماذج المعاصرة، من جهة أخرى، زمنية مشروعة جديدة، الحاضر الاجتماعي، التي ترسم عن قرب شعار عصور الموضة: "جديد جدا، جميل جدا". في الأوقات التي سيطرت فيها الموضة، ليس الماضي التقليدي هو موضوع للعبادة، اللحظة الحالية تمغنط الضمائر، وتذهب الهيبة للحداثات: نحن نحترم التغيير، والحاضر. بمواجهة الفترات التي سادت فيها الموضة والفترات التي ساد فيها التقليد، ج. ترايد شدد بقوة على أن الموضة كانت أكثر بكثير من مؤسسة تافهة:

---

(1) Gabriel DE TARDE, Les Lois de l'imitation, op., cit., p. 95.

(2) Ibid., pp. 265-269.

شكل لزمن ومجتمع محدد، فالموضة، قبل أن تكون ما يتضح بواسطة المجتمع هي مرحلة وتركيبة للحياة الجماعية.

برغم هذه المقدمة النظرية الأساسية، فإننا نعرف أن ج. ترايد لم يصل إلى فهم الرابط المتعايش الذي يوحد الموضة بالمجتمعات المعاصرة. في البحث عن قوانين عالمية للتقليد ولسيرهم الذي لا رجعة فيه، لم يتعرف ترايد في الموضة على اختراع خاص بالغرب الحديث، بل صنع شكلًا لا مفر منه ودوريًا للتقليد الاجتماعي. ومبدأ ثابتًا في مسار البشر التاريخي الهائل، تبدو الموضة كمرحلة انتقالية وثورية بين عصرين من التقاليد. إن الحياة الاجتماعية هي عالميا وبالضرورة يخضعها للإيقاع تذبذب المراحل التقليدية، حيث يعيث تقليد النماذج القديمة والأصلية فسادا. ومراحل موضة حيث تنتشر موجات من تقليد الصيحات الغريبة مُزَعزِعَة التوازن التقليدي: "المحاكاة، في البداية كتقليد، ثم موضة، تصبح تقليدًا... تلك هي الصيغة العامة التي تلخص التطور التام لحضارة أيا كانت [1]". صيغة تنطبق من جهة أخرى أكثر على الطوابق المختلفة للحياة الاجتماعية المأخوذة واحدة بواحدة، لغة، دين، آداب، احتياجات، حكومة، من على كل جماعي، نادرة هي اللحظات التاريخية، مثل يونان القرن الخامس قبل الميلاد، فلورنسا في القرن الخامس عشر، باريس في القرن السادس عشر، أوروبا في القرن الثامن عشر والتاسع عشر، حيث ربحت موضة التقليد تزامنيا جميع أوساط النشاط الاجتماعي [2] سجينا لمفهوم عابر لتاريخ الموضة. قام ترايد بتمديد مفرط للمفهوم، أخفى الانقطاع التاريخي الذي تصنعه طبقة على نماذج للحضارة التى يهدف كل عملها إلى تجنب غزوها. ما لا يمنعه أن يلاحظ بتبصر الحجم الاستثنائى لظواهر عدوى الموضة في المجتمعات الديمقراطية الحديثة: "افتتح القرن الثامن عشر عهد الموضة بالجملة... نحن بلا ريب نجتاز فترة تقليد-موضة مميزة بين الكل بضخامتها وقائها" [3].

([1]) Ibid., p. 275.

([2]) Ibid., p. 276 et 369.

([3]) Ibid., p. 317 et 389.

إن كانت موجات الموضة قوية، يوضح ج. ترايد، بأن نفوذ الأسلاف يستمر دائما في التغلب على نفوذ الحداثات: ينطبق الأمر أيضا على الثبات المجتمعي. حتى في المجتمعات الحديثة الأكثر عرضة لنوبات الشغف العابرة فإن جانب العنصر التقليدي راجح دائما، نفوذ الأسلاف أعلى من نفوذ المجددين، "التقليد المتورط في تيارات الموضة ليس إذن سوى سيل ضعيف جدا بجانب نهر التقاليد الكبير، ويجب بالضرورة أن يكون هكذا[1]". لا أي تماسك اجتماعى ممكنا بدون مجموعة من المعتقدات، بدون تشابه للقلب والروح، يجب، حتى لا تتمزق سلسلة الأجيال ولا يصبح الأطفال غرباء عن آبائهم، أن يبقى احترام المعتقدات القديمة. من خلال تقليد نفس نماذج الماضي، تستمر الأجيال في التشابه وتشكل مجتمعًا واحدًا. إن تفوق التقاليد هو ثبات مجتمعي، ضرورة قاطعة لرابط المجتمع، أيا كانت تقلبات الموضة وأزماتها.

تحليل مبرر في نهاية القرن التاسع عشر، في اللحظة التي كتب فيها ج. ترايد، لم تتخذ الموضة بعد امتدادها كله وتركت أجزاء كبيرة من الحياة الجماعية باقية تحت عبودية التقاليد وسلطة الماضي، لكن ما لا نستطيع معايشته هو حين يكون الاقتصاد والثقافة والاتجاه والوجود اليومى تحت تنظيم الزائل والإغراء. يحدث مع الموضة المكتملة تحول رئيسي في محور الزمن الاجتماعي، وانقلاب في تكوين القوى بين الموضة والتقاليد: للمرة الأولى، تتغلب روح الموضة تقريبا على التقاليد، العصرية على الوراثة. كلما شملت الموضة أوساطًا واسعة أكثر فأكثر من الحياة الجماعية، يخبو عهد التقاليد، لم يعد يمثل سوى "سيل ضعيف جدا" مقارنة بـ "النهر الكبير" للموضة. ها هو التاريخ الجديد: تدور مجتمعاتنا خارج قوة الماضي المنظمة والمكمّلة، أصبح محور الحاضر زمنية سائدة اجتماعيا. تتطور في كل مكان ظواهر الشغف ومنطق التقلب، يظهر في كل مكان تذوق وقيمة الجديد، إنها معايير متقلبة، متجددة بلا توقف، تضفى علينا الطابع الاجتماعي وتوجه سلوكياتنا. تشير إمبراطورية الموضة إلى هذا الانعكاس الهائل للزمنية الاجتماعية التي ترسخ تفوق الحاضر على الماضي،

([1]) Ibid., p. 266

مجيء مساحة اجتماعية مدعمة على الحاضر، زمن الموضة نفسه. لـو حكمتنـا الموضـة، فـذلك لأن الماضي القطب المنظم لتفاصيل أفعالنا، ميولنا، معتقداتنا، إن القواعد القديمة غير مؤهلة على نحو واسع لتوجيه السلوكيات، النماذج التي نتبعها مأخوذة أكثر فأكثر مما حولنـا في بيئـة هشة. أن يكون ذلـك فيما يتعلـق بـالتعليم، بالمعرفـة، والنظافـة، والاسـتهلاك، والرياضـة، والعلاقات الإنسانية، ووسائل الترفيه، فإننا هنا والآن نجد نماذجنا، لـيس خلفنـا. الوصـايا القديمة لم تعد تبنى، للأساس، السلوكيات والآراء، تقليد الأسلاف انمحت أمام كل ما هـو حديث، الروح التقليدية أفسحت الخطى لروح الحداثة. تولت الموضة زمام الأمر لأن الماضي المشرع لم يعد منظمًا، لأن حب الحداثات أصبح عاما، منـتظمًا بـلا حـدود، "أصـبح الفـضول شغفًا مميتًا، لا يقاوم" كتب بودلير. في معظم المجالات، يبحث الأفراد بـشغف عـن الجديـد، حل جنون وشغف الموضة محل إجلال الماضي الدائم. ساد شعار "جديد جـدا، جميـل جـدا" أكثر من أى وقت مضى.

الموضة هي قانوننا لأن ثقافتنا كلها تقدس الجديد وترسخ كرامة الحاضر. لـيس فقـط في التقنيات، الفن أو المعرفة، لكن في نمط الحياة نفسه الـذي أعـادت القـيم المتعيـة تنـسيقه. شرعية الرغد والمتع المادية، جنسية حرة وغير مذنبة، دعوة للعيش أكثر، لإرضـاء الرغبـات، " للاستفادة من الحياة "، توجه الثقافة المتعية الناس نحو الحاضر الحيـاتى، إنهـا تثـير ظـواهر الشغف والبحث عن الخلاص الفردي في الحداثات كقدر من إنعاشات وأحاسـيس ملائمـة لحياة غنية وتامة.عهد الماضي لم يلغ، تـم تحييـده، تثبيتـه إنـه للـضرورة المـسلم بهـا للإرضـاء الخاص للأفراد.

تفوق الحاضر الاجتماعي الذي ليس سوى الحـد الأقـصى للتحـول القرنـى للعلاقـة بالبقاء التي قد نقلت المجتمعات الحديثة نحو العصر المستقبلي. منذ قرون، أطلقت مجتمعاتنـا " انقلاب للزمن " هائلاً يفـصلنا عـن الوفـاء للـماضي ويـديرنا دائـما أكثـر نحـو المـستقبل. بمصاحبة الرأسمالية، الأمة، الدولـة، العلـوم للتطـور، اتخـذ منطقـا مؤقتـا مـستجدا مكانـا: أفسحت شرعيـة المـاضي المؤسـس الخاصـة بالمجتمعـات التقليديـة الخطـى لـشرعية تنظـيم

المستقبل[1]. لا شك، في الواقع، أن المجتمعات الحديثة لا ترتكز على الإدارة وأخذ المستقبل على عاتقها بواسطة السلطات السياسية والاقتصادية المختلفة. ولا شك أيضا أن الدولة الإدارية الديمقراطية، المتخففة من كل مرجع سام، لا تجد شرعيتها العميقة في قدرتها على إعداد مستقبل مفتوح وتنسيق تغيير جماعي. يبقى أن هذا الهدف وهذه المشروعية المستقبلية لم توضح طبيعة الوقت الاجتماعي الخاص بالمجتمعات الديمقراطية في عصر الموضة المكتملة. إن كانت السلطات الرسمية والاقتصادية توجهت نحو إدارة المستقبل، وإن كان المرجع للمستقبل أصبح مقوما لعمل الدولة وللرأسمالية، المسافة بين الناس، هي، توجد أكثر فأكثر تحت استقلال أحكام الحاضر. من جهة، التنظيم المستقبلي للتغيير، من الجهة الأخرى، حب الحداثات، الاندفاعات وأشكال الشغف، التدفقات الكبيرة أكثر فأكثر لتقليد المعاصرين، عدم ثبات المعايير الجماعية. نستطيع، بالتأكيد، تعريف العصر الحديث عن طريق استثمار ومشروعية المستقبل بشرط إضافة أن بالموازنة تطور نمط تنظيم اجتماعي مؤكدا تفوق وشرعية الحاضر. في نفس اللحظة. فقد الاتجاه نحو المستقبل الطابع المفصل والموقوف الذي منحته إياه بالأمس الأيديولوجيات المسيحية الكبيرة والتي مازالت الشمولية تواصله[2].لم يعد لدينا رؤية واضحة وجلية للمستقبل، إنه يبدو مشوشا ومنفتحا، نتيجة لذلك. تميل فكرة البرنامج السياسي النقي والصلب إلى فقدان مصداقيتها، يجب المرونة، القدرة على القيادة بالنظر، على تصحيح الأوضاع سريعا في عالم بلا ديناميكية مخططة مسبقا.نفس أولية الحاضر في الوسط الاقتصادي حيث انتهى حلم السياسات الصناعية " التوجيهية " الكبير: من الآن فصاعدا تستلزم سرعة التغيرات التكنولوجية حركية القرارات، التأقلم سريعا أكثر فأكثر مع السوق- الملك، الأهلية للمرونة وللتجريب في الخطر. يدخل تنظيم المستقبل في مدار الزمن القصير، الحالة الملحة المستمرة. تفوق الحاضر غير متعارض مع الاتجاه نحو المستقبل، إنه لا يقوم سوى بإكماله، زيادة نزعة مجتمعاتنا إلى التحرر من أثقال الميراث والتآلف في أنظمة

([1]) Krzysztof POMIAN. « La crise de l'avenir », Le Débat, n.7, 1980.

Marcel GAUCHET, Le Désenchantement du monde,op. cit., pp. 253-260.

([2]) M. GAUCHET, ibid., p. 262.

تجريبية تقريبا. يترجم عهد الموضة تدهور الأيدولوجيات الخالقة، تسارع اختراع الغد، قدرة مجتمعاتنا على التصويب الذاتي، القيادة الذاتية بلا نموذج مقرر مسبقًا، على تسريع عمل الإنتاج الذاتي الديمقراطي.

إن تفوق الموضة يعني بشكل أقل إلغاء العنصر التقليدي من فقدان سلطته الجماعية الجبرية.عديدة هي التقاليد التي دامت: زواج، أعياد، هدايا، مطبخ، طقوس دينية، قواعد الأدب. قدر من التقاليد التي لها دائما وجود اجتماعي، لكن لم تعد تنجح في فرض قواعد سلوك ملزمة اجتماعيا. معايير الماضي الموروثة تثأر بلا قهر للمجموعة، خاضعة لحكم الذاتيات المستقلة: نحتفل دائما بعيد الميلاد لكن في محطات التزلج، على شواطئ الجنوب، أمام منوعات الشاشة الصغيرة. تتزوج الشابات بعد بالأبيض، لكن بلعبة، متعة جمالية، خيار حر.تقاوم المعتقدات والممارسات الدينية بقوة، لكن تميل إلى العمل. نأكل الكاشير (لحم مذبوح وفقًا للتقاليد اليهودية) على الطريقة الإيطالية ومن المطبخ الفرنسي، اليهودية نفسها تدخل في عصر المتجر الكبير، ترقيع للطقوس، صلوات ورموز دينية: حاليا، عند اليهود الإصلاحيين الأمريكيين النساء يمكنهن إمامة الصلاة، يحملن شعارات ذكورية سابقا ويمكن أن يصبحن حاخامات. حتى لو دامت صور تقليدية معينة، التكيف والتجديد يفسد البقاء السلفي في كل مكان، يعاد تأهيل التقاليد في سجل الانفتاح، الإبداع المؤسسي والفردي. روح التقاليد ماتت جماعيا، إنه الحاضر الذي يقود علاقتنا بالماضي، لا نحتفظ منه سوى بما يلائمنا، سوى بما ليس في تناقض صارخ مع القيم الحديثة، مع الميول والضمير الشخصيين.عصر التقاليد انتهى، هدمه ازدهار القيم والطموحات الفردانية. فقدت التقاليد سلطتها وشرعيتها المسلم بها. إنها الوحدة الفردية، السامية والمستقلة هي الأولى، لا أي قاعدة جماعية لديها في ذاتها قيمة لو لم تكن مقبولة قطعًا بإرادة الفرد.في هذه الظروف، تذوب التقاليد في عملية شخصنة. لها سحر ماضي كامل متواصل عن طريق لعبة ورغبة فردانية للانضمام إلى مجموعة محددة أقل من احترام للأسلاف. بشكل متناقض، أصبحت التقاليد أدوات للتوكيد الفرداني: لم تعد المعايير الجماعية هي التي تفرض نفسها على الأنا، إنها الأنا التي تنضم إليها عمدا، بإرادة خاصة لمشابهة مجموعة كذاك أو تلك، بميل فرداني لإظهار اختلاف، برغبة في اتصال مميز مع مجموعة اجتماعية محدودة تقريبا.

بالتأكيد، في شأن ثقافي وفني، علاقتنا مع الماضي أكثر تعقيدا.ليس في أى مكان، في الواقع، الأعمال "الكلاسيكية" لم تذهب حظوتها، على العكس تماما. إنها مستحسنة ومقدرة لأقصى درجة.للأوبرا والموسيقى الكلاسيكية جمهور كبير من المعجبين الأوفياء، معارض الرسم الكبيرة (رافاييل، ترنر، مانيه)، التي نظمت منذ عدة سنوات في باريس، تجذب كل مرة مئات الآلاف من الزوار. قول إن مجتمعنا يدور بالحاضر لا يعني أن الماضي فقد قيمته، هذا يعني أنه لم يعد نموذجًا يحترم ويعاد إنتاجه. نعجب به، ولكن لم يعد يقود، لأعمال الماضي الكبيرة هيبة هائلة، لكننا ننتج "أسطوانات رائجة" صنعت كى لا تدوم.

لا يخص هذا ثقافة الحشد فقط. مع العصرانية الفنية والطلائعيين، توقفت الأعمال بوضوح عن التعلق بالماضي، المقصود قطع كل الروابط مع التقاليد وفتح الفن على مشروع قطيعة راديكالية وتجديد مستمر. تمرد فن الطليعة على ذوق الجمهور ومعايير الجمال باسم إبداع بلا حدود والقيمة السامية للتجديد. في الحرب ضد التقليدية، "الذوق الجيد"، التكرار، حقق الطلائعيون أعمالاً مبهمة، شاذة، مفككة، فاضحة، على نقيض منطق الموضة وخضوعه لروح الزمن. إن وجدت العملية العصرانية افتتاحيا نموذجها في التسلق الثوري، فإن شكل الموضة قد نجح، ومن ثم يستوعب في سجله الشكل الثوري نفسه: ينظم نطاق فني هجين بنائيا، تم إعداده في نفس وقت التمرد ضد المؤسس ووقت التقلبات المتغيرة النظامية. من جهة، روح التدمير، من جهة أُخرى تقلب الحركة المستمرة. الهدف التفاخري لم يسبق رؤيته. تزامن تطور الطلائعيين أكثر فأكثر مع تفوق الشكل الموضة. شهد الفن هياج البحث عن الإبداع والحداثة بأى ثمن، أناقة التفكك. الازدهار المصطنع للأدنى والتصوري، تكاثر أدوات التسلية " غير فنية (حدثية، لا-فن وأحداث وأداءات، فن الجسد، فن الأرض،... إلخ) التي تأسست أكثر على الإفراط، التناقض، الاعتباط، اللعبة أو الأخرق من على الراديكالية الثورية. وقع المشهد الفني في عصر بطلان متسارع: ظهر بكثافة فنانين ومجموعات من الطلائعيين منهكين في الحال، منسيين ومستبدلين بتيارات أخرى دائما "مطلعة على ما يهم الشباب". أصبح الوسط الفني مسرحا لثورة طائشة لا تزعج أحدًا: كثير من التشدق النظري، قليل من الانقطاعات الفعالة. بمكان ومحل التقلبات العميقة ببداية القرن، تعدد الحداثات الصغيرة جدا والتغيرات الهامشية. بدلا عن فتح كبار الطلائعيين

التاريخيين، التكرار، التقليدية العصرانية، ثبات دون أهمية. باستمرار استعمال حجة مدمرة، رفاهية الموضة الهادئة تتغلب على الانقطاع الثوري. يشكل الفن أكثر فأكثر ضرورات الحاضر المؤقتة، ضرورة إقامة حدث، تقلب الخطوات التي ينسقها التجار، الذين ينوب عنهم الإعلام. الهوة بين إبداع الموضة وإبداع الفن لا تتوقف عن التناقص: بينما لم يعد الفنانون ينجحون في إثارة الصخب، إرادة عروض الأزياء نفسها مبدعة، هناك إذن ابتكارات ومفاجآت في الموضة كما في الفنون الجميلة، نجح العصر الديمقراطي في إذابة القسمة التدرجية للفنون مخضعا إياها أيضا لنظام الموضة. إنه في كل مكان المزايدة في إبداع، المذهل، التسويق، هم الذين أحرزوا النصر.

اللحظة " بعد-العصرية " ("الطليعة "، " تصوير حر "، عودة للتقاليد... إلخ) لم تعدل في شيء العملية السارية. بإعلاء قيمة استئناف الماضي والتقليد الفني، أكمل الفن المعاصر سيرورة موضة: منذ أن لم يعد الانفصال عن الماضي ضرورة مطلقة، يمكن أن نخلط الأساليب في أعمال غريبة، ساخرة، أسهل في النفاذ (هندسة معمارية بعد عصرية). تتضاءل البساطة العصرية لصالح التهجين بلا حدود للقديم والجديد، يخيم الفن أكثر فى نظام التأثير، في نظام "طرفة عين"، "درجة ثانية"، تركيبات وإعادة تركيبات لعبية. كل شيء يمكن أن يعود، كل أشكال المتحف التخيلي يمكن أن تستغل وتساهم في إسقاط ما هو في متناول النظر، يدخل الفن في دائرة الموضة للتذبذبات المؤقتة للجديد والرجوع للماضي، تغيرات بلا رهان ولا ازدراء، لم نعد نستبعد، نعيد التأهيل. يحرز نجاحا، متوحشا جديدًا، تعبيريا جديدا، قريبا بلا أى شك، تجريدا جديدا – جديدا. الفن، متخففًا من شفرة القطيعة الحداثية، لم يعد لديه أى سمة ولا أى معيار للتقييم، فأصبح كل شيء ممكنًا، بما فيها إعادة البدء "على طريقة أخرى" مستخدمًا المحاكاة المختلة للماضى، الفن يمكنه تبني الإيقاع الخفيف للعودة الخالدة للأشكال، والرقص المتسارع لتجديد الأساليب. مهما قال المتمسكون بتيار ما بعد الحداثة، فإن الجديد الفني لا يعد قيمة فارغة، وهو لا يهدف، بكل تأكيد، إلى الطليعيين "الكلاسيكيين"، بل هو أكثر من ذلك بكثير، إنه من يحكم الموضة.

بينما يبحث الأفراد قبل كل شيء عن مشابهة معاصريهم وليس أسلافهم، تتحرر سيول التقليد من مجموعات عائلية وأوساط الأصل. تنتشر تأثيرات متعددة. عرضية، متبادلة في محل ومكان حتميات موصدة عن الجسد، الطبقات، البلاد. محطة الموضة تحدد "المجال الحر وغير المعطل للمحاكاة[1]"، الحالة الاجتماعية، حيث تتسارع العدوى التقليدية وتتدرب من الجانب الآخر لأسوار الطبقات والأمم. ليس أكيدا أن الطبقات، الأمم، مجموعات العمر لم تعد تحدد سلوكيات معينة، لكن التأثيرات من هذا النمط حصرية وأحادية الجانب أقل فأقل. مع إزالة الحواجز وانفتاح تيارات التقليد، تتابع الثورة الديمقراطية عملها، إنها تنهي سدود الطبقات والبلاد، إنها تفرض مبدأ التأثيرات الأرستقراطية، احتكار التأثير الموجه لمجموعات خاصة وأعلى. حل نظام التقليد الفردي والجزئي محل نظام التقليد الجماعي والمصمت الخاص بعصور التقاليد. نقلد هذا وليس ذاك، من فلان ننسخ هذا، ومن آخر ذلك، لم يعد لاقتباساتنا أصل محدد، إنها مأخوذة من مصادر متعددة. بعيدا عن كونها مماثلة لتأكيد السلوكيات، استخدامات وأذواق، فإن إمبراطورية الموضة تلازم شخصنة الأفراد. في عصور التقاليد، نقلد قليلاً من الناس، لكن نقلدهم في كل شيء، إنه العكس في مجتمعاتنا. لا نستطيع هنا سوى أن نذكر هذا النص في تمامه، باستقامة لا يمكن تجاوزها: "ما هو عكس التشديد الشخصي، إنه تقليد رجل واحد، نقتدي به في كل شيء، لكن عندما، بدلا أن نقتدي بشخص ما أو أشخاص ما، نستعير من مائة، من ألف، من عشرة آلاف شخص، يعتبر كل منهم تحت جانب خاص، عناصر فكرة أو عمل نرتبه بعد ذلك، خيار هذه النسخ الأساسية وطبيعتها نفسها، وكذلك تركيبهم، يعبر ويؤكد شخصيتنا الأصلية" [2].

([1]) G. DE TARDE, op. cit., p. 398.

([2]) Ibid., préface de la deuxième partie , P. XX.

كيف، منذ ذلك الوقت، نشترك تماما في فكرة "أن حالة اجتماعية ديمقراطية تماما هي حالة اجتماعية لا يوجد فيها تقريبا مزيد من التأثيرات الفردية"[1]؟ بالتأكيد، التحليل التوكفيلي صحيح، حيث يسجل التراجع التدريجي للتأثيرات القوية والدائمة للأسرة والهيئة. لكن هذا لا يعني تآكل واختفاء للتاثيرات الفردية. يحرر المجتمع الديمقراطي ويعدد سيول التقليد، التأثيرات الفردية بالتأكيد أقل عمقا، لكن دائمة ومتنوعة. صحيح أن الزعماء الفكريين الكبار انطفأوا، أن سلطة الأسياد احتجبت، أن الطبقات الأعلى لم تعد نماذج راجحة، النجوم نفسها لم تعد هي الأقطاب المغناطيسية التي كانت عليها.لكن في نفس الوقت تتكاثر التأثيرات المجهرية، النماذج القطع مأخوذة هنا وهناك. الحالة الاجتماعية التي تحكمها الموضة هي، من جهة، الميل إلى تراجع السلطات التوجيهية الكبيرة، من جهة أخرى، انتشار تأثيرات صغيرة، أحيانا حاسمة. أحيانا سطحية، إنه زمن التأثيرات الوقتية.

نهاية التقاليد، عدم ثبات معايير الشراكة، فرط فردنة الأشخاص، الموضة المكتملة، بصفتها مرحلة أخيرة للحالة الاجتماعية الديمقراطية، لم تفعل سوى إثارة مسألة مبدأ تماسك المجتمعات المعاصرة بمزيد من الإصرار. كيف يمكن لمجتمع مكون من اتحادات حرة ومستقلة، بلا أي رابط جوهري للاجتماعية، أن يجد نفسه كواحد؟ كيف يمكن لمجتمع، محرر من الروابط الاتصالية التقليدية، مكون من أفراد مستقلين، حائرين، متحولين أكثر فأكثر نحو أنفسهم، الإفلات من عملية تفتيت والبقاء كمجموعة؟ السؤال يرتد خصوصا أن العالم الديمقراطي، بعيدا عن الارتكاز على تشابه الآراء ووحدة المعتقدات، لا يكف عن فتح العديد من مصادر الشقاق، صراعات جديدة للأفكار والقيم. تبددت وحدة الإشارات. مجتمعاتنا لاتنفصل عن التضاد الدائم للمعنى. بالتأكيد، مجتمعاتنا ليست على درجة الصفر من القيم: الحرية والمساواة تحديدا تشكلان قاعدة لمثالية مشتركة. لكنها، مبادئ مجردة قادرة على تأويلات معاكسة بالفطرة، المرجعيات الأساسية للعصر الديمقراطي لم تقم سوى بتنشيط عملية غير محدودة للنقاد، شقاقات واتهامات للنظام في المكان. حتى إن كان

---

[1] Pierre MANENT, Tocqueville et la nature de la démocratie, Paris, Julliard, 1982, pp. 26-27.

صحيحا أن زمن الانقسامات الكبيرة والحرمات السياسية المعاصرة للحقبة الدينية للأيدولوجيات قد أفسح المجال لتوافق عالمي على المؤسسات الديمقراطية وعلى ضرورات الإدارة الصارمة للاقتصاد، فلسنا إطلاقا في مرحلة إجماعية بدون انقسام في العمق: اختلافات أساسية، وجهات نظر غير متوافقة في صلب مناقشاتنا، إن صورة مجتمع حيث "لا تختلف الآراء إلا بفوارق طفيفة"(1) لا يمكن أن تنطبق علينا. تخلينا عن فأس الحرب فيما يتعلق بديكتاتورية الطبقة الكادحة والثورة، لكن برزت تنافرات جديدة: عقوبة الموت، هجرة، سجون، إجهاض، مخدرات، قتل رحيم، طاقة نووية، وسائل الإنجاب، حماية اجتماعية، اختيار، قدرٌ من المسائل من العبث الأمل في استطاعة مصادفة إجماع مهما كان، مجتمعاتنا متروكة لتمزق المناظير.

حقبة الموضة المكتملة تعني كل شيء عدا توحيد القناعات والسلوكيات. إنها بالتأكيد، من جهة، جانست الأذواق وأنماط الحياة ساحقة الرواسب النهائية للتقاليد المحلية، نشرت المستويات العالمية لسعة العيش، لوسائل الترفيه، للجنس، للتواصل، لكن من جهة أخرى، أطلقت عملية لا مثيل لها لتقسيم أساليب الحياة. حتى لو كانت المتعية والنفسانية فيما غالبة، فأنماط الحياة لا تكف عن الانفجار والتميز في عائلات عديدة تحاول جرد علماء الاجتماع اليومي. هناك اتحاد أقل فأقل في السلوكيات إزاء الاستهلاك، الأسرة، العطلات، وسائل الإعلام، العمل، وسائل الترفيه، ربح التنافر عالم أساليب الحياة. إن حفرت مجتمعاتنا دائرة الاختلافات في المعتقدات وأنواع الحياة، ما الذي يسمح بضمان ثبات الجسد الجماعي؟

في التحليلات العميقة، أظهر م. جوشيه، كيف أن المجتمعات الديمقراطية، المكرسة لتمزق الآراء، أبقت تماسك الناس كجماعة في طريق تناقضاتهم، وعن طريق تباعداتهم، لا حاجة، على غرار توكفيل، لفرض وحدة معتقدات على أساس البقاء المجتمعي، إنه الصراع نفسه ملامسا الدلالات الاجتماعية والاهتمامات التي، بعيدا عن كسر رابط المجتمع، تجتهد

(1) Alexis DE TOCQUEVILLE, De la démocratie en Amérique, éd. Citée, t. I, vol. I, p.199.

في صنع أهمية لوحدة الانتماء. إن الانقسام والتنافر الاجتماعي هما مبدعا الرابط الاجتماعي الرمزي. إنهما يوحدان الناس بعضهم ببعض فيما تستمر الأحزاب المعارضة في الاتضاح ابتداء من نفس الموضة. إنهم يثبتون أنفسهم كأعضاء لمجتمع وحيد ولنفس المجتمع يحولونه وفقا لرهان مشترك. وسيلة لجعل الأفراد يشاركون، لتضمينهم في تعريف نفس العالم، الصراع عامل مشاركة، تضمين وتماسك اجتماعي[1]. لكن أيحتفظ الصراع الاجتماعي بدور مؤثر كهذا منذ أن انتشر فقدان مصداقية الأحزاب السياسية، إن تسارعت إزالة الانتماءات لنقابة، إن صارت النضالات الجماعية مشتتة أكثر، إن أصبح مذهب الحياة الخاصة مسيطرا؟ لعب الانقسام الاجتماعي دورا متمثلا ولا يمكن إنكاره عندما تطورت الصراعات التاريخية الكبيرة المؤسسة لوجه الديمقراطيات الحديثة. لكن اليوم؟ الصراعات حول الشأن العام لم تعد طابعا لحرب مقدسة، إنها لا تأخذ رؤى العالم غير المتوافقة، في الأغلب إنها لا تحشد إلا في أوقات متقطعة عواطف الجموع، القوة المكملة للمواجهة الاجتماعية في انخفاض، إنها لا تكفي لتفسير تماسك المجتمعات المعاصرة.

نلاحظ أن الوحدة الاجتماعية لا تتخلد من خلال الخلاف الجبهي للناس بقدر تحييد الصراعات، ولا في التنافر بقدر التهدئة الفردانية للجدل الجماعي. ليست الأخلاق الديمقراطية هي التي تبقينا معا، إنها وثاق استمرارنا. إن ظلت الانقسامات الإيديولوجية والسياسية عديدة، لن تصل إلى تفتيت الجسد الاجتماعي فقط، لكن لن تفسح المجال سوى استثنائيا لمواجهات دموية. لسنا متفقين فيما بيننا، لكننا لا نخرج بندقيتنا، لا نبحث عن جعل الآخر يختفي. تماسك الكل الجماعي لا ينفصل عن الحضارة الخارقة للصراع، تهدئة السلوكيات الفردية والجماعية المرتبطة بازدهار القيم الفردانية للحياة، الاحترام واللامبالاة تجاه الآخر، بخصخصة الكينونات التي يدفعها حكم الموضة النهائي[2]. حتى بطالة الجمع والاعتداءات الإرهابية لم تصل إلى زعزعة السلوكيات الفردية والجماعية المتسامحة والهادئة في

---

(1) M. GAUCHET, « Tocqueville, l'Amérique et nous », Libre, n.7, 1980, pp.116-117.

(٢) هذه النقطه أثيرت في

L'Ere du Vide, Paris, Gallimard, 1983, chap.VI.

الأغلبية. نستطيع أن نتعايش داخل تنافر وجهات النظر لأنه في الأخلاق تسود نسبة مسالمة، لأن كل ما يتعلق بالعنف الجسدي فاقد لحظوته بشكل عميق ويستطيع زعماء جماعة سياسيون الاستمرار في التمسك، من وقت لآخر، بخطابات معارضة لا تقهر، لكن المجتمع المدني يبقى في غاية الهدوء، متمردًا على حرب الإنهاك السياسي والأيديولوجي. إن سرّع عهد الموضة تنبيه المجتمع فإنه، بالموازاة، يعيد تشكيل رابط ألفة لكنه لا يستطيع إزالة ألغام التنافرات، منجزا العملية القرنية لتمدين الأخلاق المؤلفة للأزمان الحديثة، معززا ميول السلام المدني واحترام القواعد الديمقراطية. لم يعد الانقسام الاجتماعي متفجرا، إنه يعمل كالموضة في نزع الطابع المأساوي والتمييز الهامشي. حتى ما هو تعارضي راديكاليا لم يعد يخلف إقصاء مبطلاً، لم تصل الاختلافات الأيديولوجية العميقة إلى تمزيق الرابط الاجتماعي. لم نعد في مجتمع الانقسام الدموي. لم نعد في مجتمع مكيف ومجنس، إنه نموذج الموضة الذي يحكم وسطنا الجماعي، التنافرات تبقى، لكن دون روح الحرب الصليبية، نحن نعيش عصر التعايش السلمي للأضداد. الصراع الاجتماعي مبني مثل الموضة، التناقضات الرئيسية تتعايش في تحضر كبير، كل شيء يحدث كما لو أنه لا يتعلق سوى بالانقسامات السطحية: يسجل عهد الموضة النهائي في اختلافات هامشية ما هو في الحقيقة فصل للمبادئ. يجب أن نعيد للأخلاق المكانة التي تعيدها إلى حفظ المجتمعات الديمقراطية، لا يبقى الكل الجماعي متماسكا سوى عن طريق عملية مشتركة تطور العواطف الهادئة الديمقراطية والفردانية، سوى عن طريق أسلوب حياة متسامح بقوة. يجب أن يكون درس توكفيل مسموعا: "لو لم أصل قط إلى إشعار القارئ من خلال هذا العمل بالأهمية التي أنسبها إلى تجربة الأمريكان العملية، إلى عاداتهم، إلى آرائهم، باختصار إلى أخلاقهم، في حفظ قوانينهم، فقد ضاع الهدف الأساسي الذي أقدمه في كتابته[1]."

لم يعمل تمجيد الموضة على تدعيم السلام المدني، إنه لا يستبعد أبدا ظهور صراعات اجتماعية جزئية في الغالب إضرابات فئوية، أحيانا ذات مدى كبير كما رأينا في فرنسا، في السنوات الأخيرة، مع الحركات ضد مشاريع القانون عن التعليم الخاص التعليم العالي.

---

(1) TOCQUEVILLE, op., cit., t. I, vol. I, p. 323.

ليست الفردانية الحالية هي التي تلغى أشكال المشاركة في الصراعات الجماعية، إنها ما يغير المضمون. من الساذج تقليص الفردانية المعاصرة إلى الأنانية، إلى الفقاعة النرجسية، إلى البحث الوحيد عن المتع الخاصة. النرجسية هي الميل المسيطر للديمقراطيين، إنها ليست اتجاههم الحصري. من وقت لآخر، تظهر في الواقع صراعات اجتماعية، لكن بعيدة عن كونها متنافرة مع الديناميكية الفردانية، إنها تعيد إنتاج القيم والملامح منها. حتى عندما يخرج الأفراد من عالمهم الحميم بصرامة ويشتبكون في نشاطات جماعية، إنه المنطق الفرداني الذي يكون راجحا دائما. إجمالا، تغلب الاهتمامات الخاصة على الاعتبار العام، الاستقلال الفردي على التقليدية العقائدية، الرغبة المباشرة في تحسين ظروف الحياة على الإخلاص غير المشروط، المشاركة الحرة على التجنيد. لا يوازى المجتمع فرط الفرداني اختفاء الصراعات الاجتماعية والاختناق النقي والبسيط للشأن العام، إنه يشير إلى تطور النشاطات الجماعية حيث لم يعد الفرد تابعا لنظام أعلى يملي عليه فحوى أفكاره وأعماله. تطيح الفردانية المكتملة بعلاقة خضوع الأفراد لعقائد وأحزاب الحشد لصالح أعمال اجتماعية حرة، غير متوقعة وتلقائية بشكل كبير، منطلقة أكثر إلى مبادرة "القاعدة" أو المجتمع المدني من أحزاب ونقابات وإليها. أن تطلب استقلالا ذاتيا يوجد داخل النشاطات الجماعية، مستقلة غالبا منذ ذلك الوقت، في أصلها، عن اتجاهات منظمات سياسية ونقابية. ليس درجة الصفر للحركات الجماعية، لكن تعبئات أكثر فأكثر غير مسيسة، غير إيديولوجية وغير نقابية (مع نقابات "سيارات أجرة " تحولت لوكالة تفاوض بسيطة)، تضمها المطالب الفردانية بتحسين القوة الشرائية وظروف العمل، لكن أيضا تضمها تطلبات الحريات الفردية في النشاط وفي المجتمع المدنى. عهد الأنا لا يرتفع على صحراء اجتماعية، لقد احتل وسط النشاطات الجماعية نفسها، المحاطة أقل فأقل بإطار الأدوات الكلاسيكية موجهة الصراعات الاجتماعية، مثبتة أكثر فأكثر على اهتمامات الأفراد المباشرة: دفاعًا عن الاهتمامات الخاصة، العيش بحرية، فورا، بعيدا عن الآمال الكبيرة اليوتوبية والتاريخية للعصر الأيديولوجي. المجتمع المعاصر هو، من جهة، دائما كثير من التطلعات الخاصة أن تكون حرا وتتحقق على حدة، ومن جهة أخرى، انفجارات اجتماعية مصنوعة من محفزات ومطالب فردانية: قوة شرائية، دفاعًا عن الوظيفة والمنافع المكتسبة، دفاعًا عن الحريات الفردية. تعيد النشاطات الاجتماعية إنتاج المحفزات

الفردانية للحياة الخاصة، في كل مكان يتم قلب الميل الذي يحدد العصر الديمقراطي الجديد: رجحان الاهتمامات الحرفية على المشروعات الشاملة الكبيرة، رجحان استقلال الأفراد على نظام المنظمات النضالية الكبيرة وعلى الاتجاه الأيديولوجي للضمائر. أشكال التعبئة الجماعية لم تأت في اتجاه معاكس للفردانية، إنها رابطها وترجمتها، الوجه الآخر، ربما أقل وضوحا، مفهوم أقل بشكل فورى. يكون كاشفا للصعود الذي لايقهر لحكم الفرد.

الحركات الاجتماعية الكبيرة الأخيرة في فرنسا معبرة بشكل خاص في هذا الصدد. ما يميزها، في الواقع، علاوة على نبذ كل تسييس مباشر، رفض الأفراد الخضوع لعدد معين من الواجبات يفهم أنها تحد من قدرتهم الخاصة على القرار، إنها الحاجة إلى استقلال فردي. مهما كانت التعبئة للمدرسة الخاصة أو ضد مشروع إصلاح الجامعة، كل مرة، كان المحرك الأساسي للمطلب هو تأكيد حقوق الأفراد في التصرف بحياتهم، بتوجهاتهم، بحياتهم اليومية، في القدرة على اختيار ما يناسبهم بحرية: يسمع عكس وضد كل المحطة التي يحبها، يختار نمط التنشئة المدرسية لأطفاله، يقرر بنفسه متابعة وطبيعة دراساته العليا. حركات فردانية بامتياز لأن أولية الحقوق الفردية على الكل الجماعى موضوعة قبل كل شيء، لأن الحرية الفردية مرفوعة في مثال لايقاوم، من الجانب الآخر لاعتبار الواجبات المتنوعة لواقع الحياة الاجتماعية (اضطراب الأف أم، فشل جامعى، توجهات سيئة... إلخ). نحن لا نتصرف وفقا للمصلحة العليا للكلية الجماعية، نحن نطالب بأن نستطيع تقرير المصير ذاتيا وبأن نكون مركزا حرا، نرفض تقبل حدود معينة لقدرتنا على المبادرة، لرغبتنا في مسئولية فردية بصرامة. هذه الأعمال ظهرت كصدى لانفجار ميول الاستقلال الفردي الشائع بشكل هائل في الاستهلاك، حياة الأزواج، في الجنسية، في الرياضات ووسائل الترفيه. كون الأعمال كانت جماعية لا ينقل شيئا لواقع أن دوافعها كانت من نفس طبيعة الدوافع التي أحيت الحركات الخاصة بحثا عن استقلال ذاتي يتعلق أصله بالتعميم الاجتماعي لشكل الموضة.

في مايو ٦٨، احتفلت العاطفة الفردانية على الجدران "ممنوع المنع"، إرادة تغيير العالم والحياة. اليوم، تعقلت و"صارت مسئولة" مقتصرة على طلب "لا تلمس كليتى" و"هذا بتاتا"، تحررت من الغطاء اليوتوبي ورفضت كل منظور سياسى، كل انتساب لحزب، كل

رؤية عامة للعالم. التعبئات لها هدف عملي، محددة الجمهور، يمكن تحقيقها في الوقت القصير وتم إطلاقها، مهما قد قلنا عنها، أقل بسبب مثال مجرد للمساواة منها بسبب المطالبة باستقلال فردي والقلق الشخصي أمام المستقبل. لم يستطع حجم موجة احتجاج تلاميذ الليسيه – الطلابية الثانية أن يجد تفسيره الكامل إلا منسوبا لقلق الشباب في مواجهة الغد. أين سنستطيع أن نتسجل؟ هل سنستطيع دفع دراسات؟ هل سنستطيع متابعة الدراسات بعد الدورة الأولى؟ ماذا نفعل بعد البكالوريا؟ جملنا وتملقنا كثيرا الحركة بالحديث عن " أطفال القلب"، عن "جيل التضامن": مهما كان مقوم كرم الحركة، يتوجب علينا أن نكون متحفظين أكثر في نظر تعقيد المحفزات. "جيل أخلاقي": الحكم لا ينقصه شك يدعنا نفكر أن الدفاع عن الحقوق والمبادئ الديمقراطية ارتفع بمعجزة إلى محور الوجوديات الأساسي، أنه يتغلب من الآن فصاعدا على تطلعات للسعادة الخاصة. الأسطورة والإرادة الفكرية للمطلق لم ينقصها العودة إلى العدو: من أجل أن يكون مرتبطا بحقوق الإنسان، لم يتحول الشباب فجأة للأخلاق العامة للتفاني، للقسمة، للمساواة. "الأخلاق" ليست اكتشافًا لجيل الثمانينيات: منذ سنوات الستينيات، تم تعبئة الشباب في حشد ضد أشكال القمع وأعمال العنف البوليسية، التضامن مع الضحايا، مع النساء، مع العمال، مع الشعوب صاحبة الكفاح ظهر في مناسبات عديدة. حتى إن كان هناك مقوم سياسي، لم تكن مبادئ المساواة واحترام الأشخاص أقل منها فاعلية بشكل عميق. لم ننتقل من الكلية السياسية إلى الكرم الأخلاقي غير المسيس، السهر على حقوق الإنسان، التأثر الذي يثيره العنف، هي ثوابت للمجتمعات المعاصرة. حماسة التضامن ؟ ليكن، بشرط ألا نبالغ في مداها، حتى الآن. لم يذهلنا تنوع وحجم مظاهرها، الدقيقة والانتقائية أخيرا. في الحركة الطلابية – الثانوية الأخيرة، لم ينتشر في أي مكان صراع ضد المجتمع الفرداني – التنافسي وتبايناته الصارخة، الأمر يتعلق، على العكس تماما، برغبة فردانية في الاندماج فيه كما هو، بمراتبه وإجحافاته، بعدم البقاء أمام بابه، بعدم انغلاق إمكانية الحصول على شهادات معترف بها. بأن نكون في وضع أفضل في منافسة سوق العمل، بإنجاح حياتنا بشكل أفضل. يمكن لـ"جيل التضامن" أن يكون متفقا جدا مع اللامبالاة السائدة تجاه الأشياء غير المرغوب فيها، مع مجتمع العمل، المهن، البحث عن المتع الخاصة.

صحيح أنه قد ظهرت، في نفس الوقت، حركات ذات طابع متضامن وأخلاقي بوضوح، العنصرية، مطاعم من القلب، المساعدة الرياضية، مجموعات ضد التمييز العنصري، قدر من المظاهرات غير المتجانسة ظاهرا لحكم الموضة وللبحث الفرداني عن عيش أفضل. مع ذلك، هنا أيضا، المعارضة ليست راديكالية بقدر ما تبدو للوهلة الأولى. إن تعميم الموضة هو الذي جعل أفعالاً كتلك ممكنة: بإبطال اليوتوبيات التاريخية-الاجتماعية الكبيرة لصالح قيم فردية، سمح العصر العابث، نتيجة لذلك، بتقوية الاحتياج إلى حقوق الإنسان وبالإشعار بالمأساة الإنسانية، المحسوسة، المباشرة للمجاعة. كلما تمت مشاركة الأفراد أكثر على الاستقلال الذاتي، فرضت واجبات حقوق الإنسان نفسها أكثر. وكلما سار المجتمع إلى الفردانية المتعية أكثر، بدت الفردية الإنسانية كقيمة أخيرة أكثر، وكلما انهارت الخطابات التاريخية الضخمة أكثر وارتفعت الحياة واحترام الشخص للمطلق أكثر، تراجع العنف في الأخلاق أكثر. وتقدس الفرد أكثر. لا تجيشنا أنظمة، نحن نتأثر أمام عار العنصرية، أمام جحيم الكائنات المحكوم عليها بالجوع والتدهور الجسدي. يجب التشديد على التناقض: الإحسان "الجديد" تجرفه مياه الموضة الاغتباطية والفردانية. الفردانية المعاصرة لا يمكن تصورها خارج المرجعيات الديمقراطية، لا يصدق إلا في إطار مجتمع فيه قيم الحرية والمساواة مستغلة بعمق، القيمة الأساسية فيه تماما هي الفرد. كلما سحقت الموضة القدوات الرائعة للمعنى التاريخي، فإن الأمثلة الأولى للديمقراطية هي التي تظهر على المستوى الأول والتي تصبح قوة محركة أساسية لأفعال الحشد.

ليس التضامن المعاصر فقط هو ابن الحكم النهائي للموضة، إنما هو يعيد إنتاج ملامح أساسية منه. المتعية خاصة: لم تتجاهل أي حركة نشاط الشهد، الشوبيز، متعة المشاركين. أصبحنا حساسين للغة الفظة مثل الإلحاف في الوعظ، يجب "الاحتفال"، الروك، الحفلات الموسيقية، عروض الأزياء طفل جيد محفوفون بشعارات ذات نغمة ساخرة-إعلانية. يتزوج الممثلون الاجتماعيون من الآن فصاعدا عالم الصورة، المشهد، وسائل الإعلام، النجومية، الموضة، الإعلان، مليوني شارة "لا تلمس رفيقي" بيعت في فرنسا في بضعة شهور: عاود الرواج اليوم.الالتزام "الأخلاقي" هو في نفس الوقت عاطفي، "عصري"، غريب، احتفالي، رياضي، موسيقي. من المستحيل عدم رؤية الطابع الخفيف

والزائل بشكل شامل لأشكال المشاركة هذه: نضع جانبا بعض المناضلين بعدد متناقص، ماذا نفعل سوى شراء شارة أو لصوق ذاتي، المشاركة في حفلة موسيقية أو سباق هرولة، شراء أسطوانة؟ مشاركة عابرة حلت محل الالتزام جسدا وروحا، نكرس فيها الوقت والمال الذي نريد، نتجيش عندما نريد، كما نريد، وفقا لرغبات الاستقلال الفردي الأولى.إنه وقت الالتزام الأدنى على صدى الإيديولوجية الدنيا لحقوق الإنسان والإشعار بتخريبات الفقر.نجحت روح الموضة في اختراق قلب الإنسان الديمقراطي، تدخلت في وسط التضامن والأخلاق. لم تصل حقبة الموضة إلى الأنانية المكتملة، إنما إلى الالتزام المتقطع، السلس، بلا عقيدة، بلا حاجة للتضحية.لا داعي لليأس من عهد الموضة، الذي يحفر مجرى حقوق الإنسان ويفتح العيون على مآسي الإنسانية. لدينا تشدد عقائدي أقل لكن انشغالات إنسانية أكثر، تفاني أخلاقي أقل لكن احترام للحياة أكثر، وفاء أقل لكن عفوية حشد أكثر.فذلك لا يؤدي إلى شيء.

شقاء التواصل

لا تولّد الموضة المكتملة ذاتية بلا شعور بالندم للأشخاص أكثر من أنها تولد تفكك شامل للروابط الاجتماعية. المجتمع المدمر إلى اتحادات مستقلة يشهد تعدد أشكال متنوعة للحياة الاجتماعية، تحديدًا تحت ملامح الحركة الترابطية.حتى لو، في فرنسا، تراجع الاتجاه للحياة الترابطية بالنسبة إلى نهاية سنوات السبعينيات، ٤٢٪ من الأشخاص في ١٩٨٤(في مقابل ٢٧٪ في ١٩٦٧) انتسبوا إلى جمعية، ١٨٪ من الأشخاص تم سؤالهم، في تحقيق لعام ١٩٨٤، كانوا في عداد جمعية رياضية، ١٢٪ في جمعية ثقافية-ترفيهية، ٨٪ في جمعية نقابية، ٧٪ في جمعية أولياء أمور الطلبة، ٢٪ سُجلوا في حزب سياسي. في مكان ومحل المنظمات التواصلية التقليدية، يؤثر المجتمع المعاصر أشكالاً تقابل بين الناس مجزأة، سلسة، متوافقة مع ميول الاستقلال الذاتي التي تدعمها الموضة. لو لم يعد النقابيون ينجحون، لو ظلت الحركات الاجتماعية متوقفة وغير متوقعة، بالمقابل، نشهد، في البلاد الديمقراطية، تكاثر تجمعات على الأسس المتقاربة للاهتمامات المباشرة للأفراد، لمراكز اهتماماتهم المشتركة، لإرادات مطالبهم

المحددة، لرغباتهم في تعاون وهوية شخصية. في الولايات المتحدة الأمريكية، أمة غنية بالجمعيات بشكل تقليدي، الصفحات الصفراء تكشف كثرة وتشتت التجمعات المحلية الترابطية، " الشبكات الموضعية" التي تحدث عنها روزاك(1)، المؤسسة على مصالح الأفراد الخاصة المخففة. في فرنسا، قدر عدد الجمعيات بين ٣٠٠٠٠٠ و ٦٠٠٠٠٠، في ١٩٨٣، تأسست رسميا ٤٦٥٨٧ جمعية مقابل ١٢٦٣٣ عام ١٩٦٠.إعادة تشكيل لنسيج مجتمعي بشكل فسيفساء من التجمعات فيه الرغبة المتعية – اللعبية ظاهرة: القسم الرياضي والترفيهي شكلوا وحدهم ٣٠٪ من أنشطة الجمعيات في فرنسا عام ١٩٨٢، الملتحقون بالجمعيات الرياضية فقط هم في ارتفاع منذ ١٩٧٨. روابط اجتماعية تأسست انطلاقا من رغبات وميول مبعثرة تتزاوج من الآن فصاعدا وشكل الموضة: نقدر أنه في فرنسا حوالي مؤسسة واحدة من اثنتين لها فترة حياة متغيرة بين بضعة شهور وسنتيين، فربحت العملية الوقتية أمام الحياة الترابطية.

يجب الامتناع عن تمثيل المرحلة النهائية للموضة كحالة اجتماعية مصنوعة من جواهر الأفراد بدون أى رابط بينها، بدون رغبة تواصلية. لتوضيح افتقار الاجتماعية، نذكر غالبا رواجات الووكمان، الرياضات الحرة (هرولة، الألواح الشراعية)، رقصة الشباب، ألعاب الفيديو التي تعزل الأفراد بعضهم عن بعض. بالنسبة للفردانيين أيا كانوا، تترجم هذه الظواهر مع ذلك الدعم الخارق للتطلعات إلى الاستقلال الذاتي أقل من فقدان المعنى العقلانى. إن لم نعد ندعو للرقص، فهذا لأن النساء يرفضن أن يكن خاضعات لقانون سلوك يدعهن إلى موضوعات سلبية. لو كل العالم تكهرب على حدة بالديسيبل، لو تكلمنا قليلا في الملاهي الليلية، لا يعني ذلك أن ليس لدى الناس ما يقولونه لبعضهم بل يعني رغبة متزايدة في إطلاق مكبوتاتهم، في الشعور بأجسادهم، في التحرر من القوانين الجبرية للجرافة والتبادل البين إنسانى. من الآن فصاعدا، لم نعد نريد التواصل "عند الطلب" داخل أطر شعائرية ومفروضة، نريد التحدث عندما نريد، كما نريد، في اللحظة التي نحس الرغبة. ينطبق الأمر أيضا مع ازدهار الرياضات، التقنيات والألعاب: ليس تدميرا للاجتماعية، لكن

(1) Théodore ROSZAK. L'Homme-Planète. Paris. Stock. 1980, pp. 43-52.

مساحة بين-إنسانية تضمها رغبات الاستقلال، محررة من إلـزام تـسليم إشـارات للتواصـل باستمرار. لم يقم الترابطي سوى بإعادة التشكل على أسس جديدة بتطلعـات فردانيـة. حتـى تلك الرواجات التي كانت أو التي ما زالت هي والاتصالات عن طريق ميناتل لا تـترجم لا فراغ التبادل، ولا تراجع المقابلة، لكن صعود رغبة في التواصل لعبية تذيعها وسائل الإعـلام عن طريق أجهزة راديو السيارات والتلماتيك. ما يغري هو الدخول في علاقة مع البقـاء حـرا ومجهولا، التبادل سريعـا وبـلا رسـميات مـع مجهـولين، تعـدد وتجديـد الاتـصالات غالبـا، التواصل عن طريق تكنولوجيا متداخلـة. يتطلـب التواصـل المعـاصر مناوبـات، تطـويرات تكنولوجية للأعقد، إنه قد دخل في الدائرة الموضة للشبكات "العصرية" .

دعونا لا نطمئن سريعا، تراجع التواصل في مجتمعاتنـا لـيس أقـل واقعيـة، أصـبحت الوحدة ظاهرة للحشد. الإشارات لا تخطئ: بين ١٩٦٢و ١٩٨٢، عـدد الأشـخاص الـذين يعيشون وحيدين تزايد في فرنسا لـ٦٩٪، اليوم، إنهـم قـرب خمـسة ملايـين، مـرة إلى أربعـة، "الأسرة" لا تحسب سوى شخص واحد، في باريس، نصف الأسر "وحيـدة". يعـرف كبـار السن حالة من العزلة ظاهرة أكثر فأكثر، الجمعيات لصالح الأشخاص الوحيدين تـضاعفت بنفس قدر "الإعلانات الصغيرة" للمقابلة ونداءات المحنة الموجهة. صـداقة. عـدد حـالات الانتحار ومحاولات الانتحار مخيف: في ١٩٨٥، تخطت نسبة الوفيات عـن طريـق الانتحـار، للمرة الأولى، تلك التي تسببها حوادث الطريق، في حين أن ما يقرب مـن ١٢٠٠٠ شـخص يسلمون أنفسهم للموت طواعية كل عام، حالات الانتحار "المخفقة" تبعها في ٣٠ إلى ٤٠٪ من الحالات تكرار سريع للجرم. عصر الموضة المكتملة لا ينفصل عن شرخ الجماعـة الكبـير أكثر فأكثر وعجز التواصل الواقع بين شخصين: قليلا في كل مكان، يشكو النـاس مـن أنهـم غير مفهومين أو مسموعين، بعدم استطاعة التعبير عن نفسهم. لنصدق عنه تحقيق أمريكـي، نقص المحادثة سيكون في المركـز الثـاني في دوافـع احتجاجـات الـسيدات تجاه أزواجهـم: يخصص الأزواج في المتوسط أقل من نصف ساعة في الأسبوع لـ" التواصـل". إنـه بـرود في العلاقات الاجتماعية، صعوبة في التفاهم، شعور بأن الناس لا يتكلمون إلا عن أنفـسهم ولا يسمعون، قدرًا من الملامـح المميـزة للعـصر النهـائي للموضـة، للدفعـة الهائلـة لموجـودات وتطلعات فردانية. إن تمييع الهويات الاجتماعية، تنـوع الأذواق، الحاجـة المـسيطرة أن يكـون

ذاته تطلق مأزقًا ترابطيا، أزمة تواصلية لا مثيل لها. التبادل "الشكلي"، المقولب، التقليدي، هو مرضٍ أقل فأقل، نريد تواصلا حرا، صادقا، شخصيا، نريد في نفس الوقت تحديدًا في علاقاتنا. نحن لا نعاني فقط من إيقاع وتنظيم الحياة العصرية، نعاني من شهيتنا الشرهة لإنجاز خاص. لتواصل، من احتياج لدينا لا نهاية له إزاء الآخر. كلما نطمح إلى تبادل حقيقي، أصيل، ثري أكثر. كنا مسخرين لشعور التواصل السطحي، استسلم الناس بحميمية وانفتحوا على الآخرين أكثر، وتزايد الشعور التافه بالتواصل الشخصي أكثر، وأكدنا رغباتنا في استقلال وتحقيق ذاتي أكثر، وآلت الذاتية إلى الاضطراب وعدم التواصل.

في ربح فضاء الكينونة من أجل الآخر، تكشف الموضة البعد الخفي لملكتها: دراما الحميمية حتى في قلب الافتتان بالحداثات. الموضة ليست ملاكًا ولا حيوانًا، هناك أيضا مأساة الخفة المرفوعة في نظام اجتماعي، مأساة لا يمكن استبعادها على مستوى الاتحادات الخاصة. عهد الموضة المنجز يهدئ الصراع الاجتماعي، لكنه يحفر الصراع الذاتي وبين الذاتي، إنه يسمح بمزيد من الحرية الفردية، لكنه يخلف مزيدًا من سوء العيش. الدرس قاس، تقدم الأضواء وتقدم السعادة لا يسيران بنفس الخطى. شغف الموضة لديه كنظير التخلي الرباني، الاكتئاب، الاضطراب الوجودي. هناك زيادة عوامل من كل نوع، لكن مزيد من القلق من العيش، هناك استقلال خاص أكثر، لكن أزمات حميمة أكثر. تلك هي عظمة الموضة التي تعيد دائما الفرد أكثر إلى نفسه، ذاك هو شقاء الموضة الذي يجعلنا إشكاليين في أنفسنا وفي الآخرين.

المؤلف في سطور:

جيل ليبوفتسكي

ولد في مدينة مايوه عام ١٩٤٤، درس الفلسفة في جامعة السوربون، ويقوم حاليًا بتدريس الفلسفة في جامعة جرينوبل في فرنسا، ارتبط اسمه بدراسات وأبحاث عدة، كما اشتهر بمصطلحات مثل "ما بعد الحداثة" و"الفردانية المفرطة". تأكدت شهرته مفكرا وفيلسوفا مع ظهور كتابه الأول "زمن العدم" في عام ١٩٨٣ وتزايدت شهرته عالميًا مع توالى كتاباته. تجاوزت كتبه المنشورة عشرين كتابًا، من أشهرها كتاب "المرأة الثالثة" الذي صدرت ترجمته عن المركز القومى للترجمة، وكتاب "السعادة المفارقة" الذي يناقش هوس الاستهلاك في المجتمعات الحديثة، و"شاشة العالم" وغيرها من الكتب التي تحمل أفكارًا مثيرة للجدل.

المترجمة في سطور:

دينا مندور

مترجمة وباحثة مصرية، حصلت على ماجستير في "إشكاليات الترجمة" من جامعة إكس مارسيليا فى فرنسا، عضو لجنة الترجمة فى المجلس الأعلى للثقافة في مصر، وعضو جمعية مترجمين الأدب في فرنسا. شاركت بالعديد من المنح التدريبية متدربة بوزارة الثقافة الفرنسية، والمركز القومى للكتاب فى باريس. وكلية المترجمين الأدبيين فى آرل ومركز إكلا فى مدينة بوردو ومدربة فى مشروع كلمة للترجمة بأبو ظبى.

من ترجماتها: رواية "فاديت الصغيرة" لجورج صاند ٢٠٠٨. وكتاب "المرأة الثالثة" للفيلسوف جيل ليبوفتكسى ٢٠١٢ ورواية "صرخة النورس" لإيمانويل لابورى ٢٠١٣، عن المركز القومى للترجمة. كما صدر لها عن دار التنوير: كتاب "الفلاسفة والحب" ٢٠١٥. نشرت العديد من المقالات واللقاءات الثقافية في الصحف والمجلات المصرية العربية. لها تحت الطبع دورا برودر لباتريك موديانو عن دار نشر صفصافة، وتقوم حاليًا بترجمة رواية "حقيقة قضية هارى كيبر" للسويسرى جويل ديكر مع المركز القومى للترجمة.

الإشراف الفني: محمد الشربيني

الإشراف الفني: حسـن كـامـل